

UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Cleber Marcelo de Lima

**RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA EM UMA COOPERATIVA
DE CRÉDITO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Engenharia de Produção da Universidade de Araraquara – UNIARA – como parte dos requisitos para obtenção de título de Mestre em Engenharia de Produção, Área de Concentração: Gestão Estratégica e Operacional da Produção.

Prof^ª. Dr^ª. Vera Mariza Henriques de Miranda Costa
Orientadora

Araraquara, SP – Brasil
2017

FICHA CATALOGRÁFICA

L697r Lima, Cleber Marcelo de
Responsabilidade social interna em uma cooperativa de crédito/
Cleber Marcelo de Lima. – Araraquara: Universidade de Araraquara,
2017.
124f.

Dissertação (Mestrado) - Mestrado Profissional em Engenharia de
Produção – Universidade de Araraquara - UNIARA

Orientador: Prof. Dra. Vera Mariza Henriques de Miranda Costa

1. Responsabilidade social. 2. Cooperativas de crédito. 3. Indicadores
de responsabilidade social. 4. Responsabilidade social interna. I. Título.

CDU 62-1

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

LIMA, C. M. **Responsabilidade Social Interna em uma Cooperativa de Crédito**. 2017.
124 folhas. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção – Universidade de
Araraquara, Araraquara-SP.

ATESTADO DE AUTORIA E CESSÃO DE DIREITOS

NOME DO AUTOR: CLEBER MARCELO DE LIMA

TÍTULO DO TRABALHO: Responsabilidade Social Interna em uma Cooperativa de Crédito.

TIPO DO TRABALHO/ANO: Dissertação / 2017

Conforme LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998, o autor declara ser integralmente responsável pelo conteúdo desta dissertação e concede à Universidade de Araraquara permissão para reproduzi-la, bem como emprestá-la ou ainda vender cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta dissertação pode ser reproduzida sem a sua autorização.



Cleber Marcelo de Lima

Universidade de Araraquara – UNIARA

Rua Carlos Gomes, 1217, Centro. CEP: 14801–340, Araraquara-SP

E-mail: clebermarcelodelima@gmail.com



UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA - UNIARA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

FOLHA DE APROVAÇÃO

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Engenharia de Produção da Universidade de Araraquara – UNIARA – para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Área de Concentração: Gestão Estratégica e Operacional da Produção.


NOME DO AUTOR: **CLEBER MARCELO DE LIMA**

TÍTULO DO TRABALHO:

"RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO."

Assinatura do(a) Examinador(a)


Conceito


Prof(a). Dr(a). Vera Mariza Henriques de M. Costa
(orientador(a))
Universidade de Araraquara - UNIARA

()Aprovado () Reprovado


Prof(a). Dr(a). Claudio Luís Piratelli
Universidade de Araraquara - UNIARA

()Aprovado () Reprovado


Prof(a). Dr(a). Oriowaldo Queda
Universidade de Araraquara - UNIARA

()Aprovado () Reprovado

Versão definitiva revisada pelo(a) orientador(a) em: 28 / 11 / 2017


Prof(a). Dr(a). Vera Mariza Henriques de M. Costa (orientador(a))

AGRADECIMENTOS

No desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, muitos foram os que cooperaram. Em especial agradeço:

A Deus, que todos os dias de minha vida me deu forças para nunca desistir, por mais uma conquista em minha vida.

À minha esposa, Lúbia de Oliveira Lima, por sua confiança, carinho e apoio em todos os momentos desta caminhada, ao incentivo de início deste mestrado e à vibração em cada etapa conquistada ao qual serei eternamente grato.

À minha professora orientadora, Vera Mariza Henriques de Miranda Costa, pela fantástica acolhida e orientação, pelo acompanhamento minucioso, pelas tardes que se dedicou juntamente à construção da dissertação, agradeço pela sua competência, disponibilidade e paciência, sem sua ajuda essa dissertação não estaria finalizada.

Ao professor Claudio Luis Piratelli, o qual ajudou muito em todas as vezes que necessitássemos de seu conhecimento para finalizar a dissertação, após o Exame de Qualificação.

Ao professor Oriowaldo Queda, pelas observações e sugestões por ocasião do Exame de Qualificação.

Ao professor Jorge Alberto Achcar pelos grandes conhecimentos transmitidos em suas aulas de estatística e pela ajuda no método estatístico utilizado nesta dissertação.

A todos os professores que me passaram conhecimentos valiosos para utilização em minha dissertação e minha vida profissional.

A todos os amigos da turma de mestrado em engenharia de produção de 2015, em especial ao Anderson Pavan: enfrentamos idas e vindas de Bebedouro SP a Araraquara SP durante todo o curso e ao Germano Trevisan e Luis Rodrigo Bonetti com os quais trocávamos muitas informações e ajuda durante todo o mestrado.

Finalizando, a todos que contribuíram de forma direta e indireta para que eu chegasse ao fim de mais uma etapa da vida.

RESUMO

Para o desenvolvimento deste trabalho partiu-se da suposição de que os indicadores de Responsabilidade Social (RS) estão próximos dos sete princípios cooperativistas e que as cooperativas atuam de forma responsável em relação a todos os seus *stakeholders*, buscando contribuir para a melhoria da sociedade como um todo, desenvolvendo boas práticas de gestão de pessoas, muitas delas em consonância com as práticas de RS, de acordo com os Indicadores Ethos. A RS dirigida ao Público Interno e ao Externo - foi considerada uma postura de gestão que visa o comportamento ético e responsável da empresa nas relações que estabelece e que possibilita minimizar possíveis efeitos negativos que as atividades dela possam causar sobre a comunidade, o meio ambiente e a economia. Nesse sentido, os sete princípios cooperativistas convergem com a RS, na medida em que as cooperativas foram criadas para cumprir uma função social responsável e suas atribuições as remetem a decisões que, apoiadas em seus princípios, promovam o bem estar social da comunidade, dos cooperados e dos funcionários. Nesse contexto, o objetivo principal desta dissertação é avaliar as práticas de Responsabilidade Social Interna em uma Cooperativa de Crédito, da ótica de seus funcionários. Trata-se de pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e tratamento qualiquantitativo, de natureza aplicada, desenvolvida através de pesquisa bibliografia e de campo. Para identificar a visão dos funcionários em cargos variados sobre RS para com o Público Interno foi utilizado questionário, baseado nos Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos. O resultado alcançado indica que a grande maioria dos funcionários percebe a presença de indicadores de RS que a cooperativa tem para com eles. Foram identificadas evidências de que a cooperativa atua de forma responsável em relação a todos os seus funcionários, em consonância com as práticas de RS, de acordo com os Indicadores Ethos. Obteve-se resultado positivo no que se refere a condições de trabalho, obrigações trabalhistas, salariais, benefícios e jornada de trabalho, em relação aos quais os funcionários identificam a RS. No entanto, apenas uma minoria identificou a atuação da empresa em relação a demissões e aposentarias. Foi possível inferir a necessidade de recomendações a serem encaminhadas à cooperativa analisada, voltadas à ampliação de sua RS para com seu público interno e à transmissão de informações sobre programas de RS fornecidos, porém não identificados pelo Público Interno.

Palavras-chave: Responsabilidade Social (RS). Cooperativa de Crédito. Indicadores de Responsabilidade Social. Responsabilidade Social Interna

ABSTRACT

For the development of this work we started with the assumption that Social Responsibility (SR) indicators are close to the seven cooperative principles and that cooperatives act responsibly in relation to all their stakeholders, seeking to contribute to the improvement of society as a whole, developing good practices of people management, many of them in line with SR practices, according to the Ethos Indicators. The SR - addressed to the Internal and External Public - was considered a management position that aims at the ethical and responsible behavior of the company in the relationships that it establishes and which makes it possible to minimize possible negative effects that its activities may have on the community, the environment and the economy. In this sense, the seven cooperative principles converge with the SR, insofar as cooperatives were created to fulfill a responsible social function and their attributions refer them to decisions that, based on their principles, promote the social wellbeing of the community, and of the employees. In this context, the main objective of this dissertation is to evaluate the Internal Social Responsibility practices in a Credit Cooperative, from the point of view of its employees. It is a descriptive research, with a qualitative approach and a qualitative and quantitative treatment, of an applied nature, developed through bibliography and field research. A questionnaire based on the Social Responsibility Indicators of the Ethos Institute was used to identify the view of the employees in various positions on SR for the Internal Public. The result achieved indicates that the great majority of employees perceive the presence of SR indicators that the cooperative has towards them. Evidence has been identified that the cooperative acts responsibly in relation to all its employees, in line with SR practices, according to the Ethos Indicators. A positive result was obtained in terms of working conditions, labor obligations, salaries, benefits and working hours, in relation to which the employees identify SR. However, only a minority identified the company's responsible actions regarding layoffs and retirement. It was possible to infer the need for recommendations to be sent to the cooperative analyzed, aimed at expanding its SR to its internal public and to transmit information about SR's programs provided, but not identified by the Internal Public.

Keywords: *Social responsibility (SR). Credit cooperative. Indicators of Social Responsibility. Internal Social Responsibility*

Lista de Quadros

Quadro 1 - Evolução dos Princípios Doutrinários do Cooperativismo (1844-1995)	18
Quadro 2 - Ramos do Cooperativismo	19
Quadro 3- Distinções entre empresas de capital e cooperativas.....	20
Quadro 4 - As diferenças entre a filantropia e a responsabilidade social.....	22
Quadro 5 - Cronologia da Responsabilidade Social	23
Quadro 6 - Evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial	24
Quadro 7 - Cronologia da Responsabilidade Social no Brasil (1965 a 2010).....	24
Quadro 8 - Responsabilidade Social Interna e Externa.	32
Quadro 9 - Síntese dos indicadores de RSI e especificações propostas pelo Instituto Ethos...	33
Quadro 10 - Modelos propostos e suas principais características	35
Quadro 11 - Razões pelas quais as Cooperativas são consideradas indutoras de inclusão social.....	44
Quadro 12 - Articulação dos Princípios Cooperativistas com Indicadores de RS do Instituto Ethos.	46

Lista de Figuras

Figura 1- Distribuição da amostra por faixa etária e gênero	62
Figura 2 – Distribuição da amostra por nível de instrução.....	63

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e às relações sindicais	64
Tabela 2 - Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios	66
Tabela 3 - Atuação da cooperativa referente a condições de trabalho e treinamento	69
Tabela 4 - Atuação da cooperativa referente a demissões e aposentadorias.	71
Tabela 5 - Atuação da cooperativa referente à jornada de trabalho.	73
Tabela 6 - Posição da cooperativa referente a ações de prevenção e de melhoria das condições do trabalhador e da família	74
Tabela 7 - Afirmções referentes à comparação desta cooperativa com outras instituições financeiras.....	78
Tabela 8 - Grau de variância (ANOVA) – quanto a gênero, idade, nível de instrução e gestoresXfuncionários	81

Lista de Abreviaturas e Siglas

ACI – Aliança Cooperativa Internacional

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social

BS – Balanço Social

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

GRI – Global Reporting Initiative

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONU – Organização das Nações Unidas

PI – Público Interno

PLR – Participação nos Lucros e Resultado

RS – Responsabilidade Social

RSE – Responsabilidade Social Externa

RSI – Responsabilidade Social Interna

TED - Transferência Eletrônica Disponível.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 – Objetivos.....	15
1.1.1 - Objetivo Geral	15
1.1.2 - Objetivo Específico	15
1.2 - Enquadramento metodológico da pesquisa	15
1.3 - Justificativas	16
1.4 - Estrutura do trabalho	16
2 COOPERATIVISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL	18
2.1 - Cooperativismo.....	18
2.2 - Responsabilidade Social.....	21
2.2.1 O Instituto Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis	26
2.2.2 – Responsabilidade Social Externa e Interna.....	30
2.2.3. - Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial com o Público Interno.....	35
2.2.3.1 - Relação da empresa frente a condições e contratos de trabalho e relações sindicais	36
2.2.3.2 - Relação da empresa frente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios	37
2.2.3.3 - Relação da empresa referente a Condições de Trabalho e Treinamento	38
2.2.3.4 - Relação da empresa referente a Demissões e Aposentadorias.....	39
2.2.3.5 - Relação da empresa referente à Jornada de Trabalho	41
2.2.3.6 - Relação da empresa referente a Ações de Prevenção e Melhoria das Condições do Trabalhador e sua Família.....	41
2.3 - Responsabilidade Social e Cooperativas	42
2.3.1. Articulação entre os Princípios cooperativistas e os Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos.....	46
2.4. – Investigações sobre Responsabilidade Social e Cooperativas.....	48
3 METODOLOGIA	52
3.1 - Tipologia da Pesquisa.....	52
3.2 – O Universo Pesquisado e a seleção da amostra	53
3.3 - Procedimentos e instrumento para a coleta e tratamento de dados e informações.....	54
3.3.1 - Tratamento e Análise de Dados.....	56

4 RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO DA PERSPECTIVA DE SEUS FUNCIONÁRIOS	58
4.1 Perfil recente da cooperativa e principais mudanças decorrentes da “flexibilização” de sua atuação e admissão de associados.	58
4.2 Programas mantidos para o público interno da empresa voltados à saúde e bem estar de seus empregados	61
4.3 - Análise descritiva da amostra: distribuição por gênero, faixa etária e maior nível de instrução.....	62
4.4 - Análise e discussão dos resultados relativos à Responsabilidade Social Interna	63
4.4.1 - Bloco A1: Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e relações sindicais.....	64
4.4.2 Bloco A2: Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios	66
4.4.3 Bloco A3: Atuação da cooperativa referente a Condições de Trabalho e Treinamento	69
4.4.4 Bloco A4: Atuação da cooperativa referente a Demissões e Aposentadorias.....	71
4.4.5 Bloco A5: Atuação da cooperativa referente à Jornada de Trabalho ..	72
4.4.6 Bloco A6: Posição da cooperativa referente a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família.....	74
4.4.7 Bloco A7: Afirmções referentes à Comparação desta Cooperativa com outras Instituições Financeiras.....	78
4.5 – Análise de Variância em função das diferentes categorias (gênero, idade e nível de instrução)	80
4.5.1 Teste ANOVA para gênero.....	82
4.5.2. Teste ANOVA para faixas etárias	83
4.5.3. Teste ANOVA para nível de instrução.....	84
4.5.4. Teste ANOVA para gerentes e funcionários ocupando outros cargos existentes na empresa.....	84
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
5.1 Contribuições da pesquisa	89
REFERÊNCIAS.....	91
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	99
ANEXO A - INDICADORES ETHOS PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E RESPONSÁVEIS.....	105

1 INTRODUÇÃO

Há uma força crescente na sociedade sobre o comportamento das organizações. Nos últimos anos, ganhou força a ideia de que a empresa deve ter ação ética e respeitosa em relação a todos os grupos com os quais interage e não apenas gerar lucros para os acionistas ou associados. O aumento com a preocupação com o futuro do planeta e com as novas gerações tem contribuído para difundir a discussão em torno do conceito de Responsabilidade Social - RS (GRAYSON; HODGES, 2002).

Ao mesmo tempo em que se aprofunda o debate na comunidade acadêmica sobre as diferentes teorias que embasam a questão da RS e da ética, cresce também na comunidade de negócios o questionamento sobre a real conexão entre as práticas de RS e o desempenho econômico e financeiro das empresas. Este tipo de correlação vem sendo analisado, embora com resultados muitas vezes contraditórios e inconclusivos (JONES; MURRELL, 2001).

Para Kirschner (1998, p.12) “o papel da empresa vai além do econômico, ademais de provedora de emprego, é também agente de estabilização social”. O cumprimento de funções, por parte das empresas, varia de acordo com suas especificidades, o que leva a diferenciar as cooperativas de outras formas de organização, caracterizando-as como *sui generis*.

A Aliança Cooperativa Internacional - ACI caracteriza a cooperativa como uma associação autônoma de pessoas que espontaneamente se juntam para satisfazerem seus interesses e necessidades financeiras, sociais e culturais comuns, por meio de uma entidade de domínio coletivo administrada igualmente (COSTA; BIALOSKORSKI NETO, 2009).

A RS em relação à sociedade não é algo novo para as cooperativas. De fato, elas foram criadas, acima de tudo, para solucionar alguns problemas comuns, ou seja, sempre foram estruturadas a partir do posicionamento de grupos buscando soluções para a sociedade que as criou (BARROSO 2003).

As Cooperativas têm objetivos que se distinguem das outras empresas que visam o lucro. Portanto, devem ser analisadas de outra perspectiva, levando em consideração não apenas os indicadores econômicos e financeiros, mas também os indicadores que apresentam seu desempenho social. No Brasil, a sociedade cooperativa é organizada pela legislação específica, Lei nº 5.764/71, que apresenta, em seu artigo terceiro, a definição da cooperativa como uma sociedade mercantil sem fins lucrativos (BIALOSKORSKI NETO, 1994, 1998).

As cooperativas têm sido cada vez mais desafiadas a atingir, ao mesmo tempo, objetivos de ordem econômica e social, o que as torna mais complexas e distintas de outras formas de organização empresarial. A cooperativa caracteriza-se por ser uma sociedade de pessoas democraticamente gerida, centrada nas necessidades do grupo, que une esforços em torno de objetivos comuns, sendo mais importante a pessoa e não o capital. Apresenta aspectos simultâneos de associação e de empresa, norteadas por princípios, valores e filosofia de natureza própria, o que a qualifica e a diferencia das demais. Outra característica é que representantes eleitos pelos associados dirigem a organização e devem prestar contas à assembleia, na qual cada associado tem direito a um voto (SOUSA et al., 2014).

Para Bialoskorski Neto (1998), o cooperativismo é reconhecido como algo diferente da empresa de capital, por isso possui uma tributação também diferenciada que é muito importante para todo cooperativismo, pois o ato cooperativo é algo distinto do ato de simples comércio.

Sousa (2010) descreve, de acordo com a ACI, os princípios do cooperativismo, que são guiados por valores que podem ser postos em prática, refletindo as ideias básicas de ajuda recíproca, auto-responsabilidade, democracia, equidade, igualdade e solidariedade. Os sete princípios cooperativistas norteiam o modo pelo qual as cooperativas praticam seus valores. Sendo assim, valores e princípios cooperativistas fazem parte da identidade das cooperativas e apontam a formação de um estilo de estratégia e ações próprias que devem guiar esse tipo de organização. Observa-se que a maior dificuldade enfrentada pelas cooperativas é a de conduzir uma administração equilibrada, baseada no social e no empresarial. Para que isso se concretize, a cooperativa necessita estar bem organizada e ser eficientemente gerida sob a lógica do cooperativismo, de tal modo que os dois tipos de gestão sejam complementares e igualmente promovidos para cumprir os objetivos das organizações cooperativas.

As cooperativas, por apresentarem especificidades em sua forma de organização, devem realizar uma gestão que contemple, igualmente, aspectos tanto empresariais quanto sociais (SOUSA, 2010).

A RS da cooperativa necessita utilizar alguns instrumentos específicos de gestão, não apenas ou diretamente voltados para os objetivos empresariais, mas que reforcem a gestão social, seja por meio da educação cooperativa, de eficientes sistemas de comunicação interna da empresa com os associados, seja por meio de uma gestão interna do poder, que conduza a uma aprendizagem conjunta e a um funcionamento democrático (SOUSA et al., 2013).

Com relação ao cooperativismo, existe uma estrutura que, caracterizada pelos princípios da cooperação, terá uma limitação relativa ao incremento de resultados econômicos e sociais (BIALOSKORSKI NETO, 1998).

De acordo com Sousa et al. (2009), não se deve cogitar a avaliação de uma cooperativa sem unir o social com o econômico e o político. Por isso ocorre a preocupação em elaborar meios que permitam a sobrevivência das cooperativas em um cenário competitivo, mas também com a preocupação de preservar sua identidade cooperativa, fiel à sua doutrina cooperativista, respeitando as características peculiares ao cooperativismo e refletindo sobre a importância da adaptação das estratégias cooperativas. Os princípios cooperativistas devem ser vistos não apenas como uma prática de boas intenções, mas como a prática de atos cotidianos concretos que irão orientar a administração de maneira efetiva.

Conforme Chaves, Vieira e Rocha (2009) os princípios cooperativistas são flexíveis com o intuito de a organização cooperativa se adaptar ao meio social e desenvolver a capacidade de ajudarem a comunidade local. Não devem obrigar as cooperativas apenas a atuarem sobre os princípios estabelecidos ou a partir de obrigações estabelecidas por estratégias empresariais que possam ocultar as ações sociais que o cooperativismo possui e desenvolve há mais de um século e meio.

Conforme o Ethos¹ (2016), o interesse das empresas pelo tema RS, que abrange a ligação da empresa com seus diversos *stakeholders*, pode ser estimado pela quantidade de organizações empresariais voltadas à discussão, padronização, premiação e consultoria na implantação de programas de RS, publicação de códigos de conduta e balanços sociais.

Tanto a Responsabilidade Social Externa (RSE) quanto a Responsabilidade Social Interna (RSI) devem estar contempladas. No caso das cooperativas há a necessidade da organização servir de exemplo, ou seja, iniciar em seu próprio interior as ações de RS, para posteriormente avançar perante a comunidade e a sociedade. Tais princípios tornam o funcionário interno um público estratégico para os estudos voltados à observação da ligação entre o discurso empresarial e as suas relações trabalhistas (CRUZ et al., 2011).

¹ O Instituto Ethos - criador dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis - é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar todos os tipos de organizações a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa, fornecendo questionário de avaliação que é um instrumento de diagnóstico da situação específica da empresa, indicando o grau de efetivação da responsabilidade social em suas atividades.

Partiu-se, então, do suposto de que as cooperativas desenvolvem boas práticas de gestão de pessoas e, muitas delas, em consonância com as práticas de RS com o Público Interno - PI, em consonância com os Indicadores Ethos.

A partir de questionamento de ordem geral, sobre práticas de responsabilidade social presentes em cooperativas foi definido o universo de investigação – uma cooperativa de crédito – e formulada a seguinte questão: “Práticas de Responsabilidade Social Interna estão presentes e podem ser identificadas em uma cooperativa de crédito?”

Conforme Furtado (2006), em uma comparação realizada entre o questionário aplicado pela Revista Exame no processo de seleção das melhores empresas e os Indicadores Ethos para PI, constatou-se que cerca de 70% das questões da Revista Exame estavam diretamente relacionadas com as variáveis analisadas pelo Ethos. A cooperativa, objeto de estudo, configurou na revista como uma das 150 melhores para se trabalhar.

Nesse contexto foi formulado o objetivo principal da investigação que dá suporte à presente dissertação.

1.1 – Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

- Identificar e caracterizar as práticas de Responsabilidade Social Interna presentes em uma Cooperativa de Crédito, sob a ótica de seus funcionários.

Para o cumprimento desse objetivo foi selecionada uma unidade de uma Cooperativa de Crédito situada no interior do estado de São Paulo e utilizado um questionário elaborado a partir dos Indicadores Ethos de Negócios Sustentáveis e Responsáveis e aplicado a funcionários de diversos cargos.

1.1.2 - Objetivo Específico

- Identificar convergências entre princípios do cooperativismo e ações de Responsabilidade Social

1.2 - Enquadramento metodológico da pesquisa

Trata-se de pesquisa com objetivo exploratório, de natureza aplicada, transversal, (TURRIONI; MELLO, 2012) desenvolvida com abordagem qualitativa (MARTINS, 2010), por meio de um estudo de campo (BERTO; NAKANO, 2000) e apoiada em bibliografia sobre Cooperativismo e Responsabilidade Social.

1.3 - Justificativas

Mesmo as organizações mais envolvidas com a RS reconhecem que o relacionamento com o PI ainda se mantém em estado inicial, como mostrado pelos resultados da auto avaliação sobre RS corporativa que as organizações filiadas ao Instituto Ethos elaboram anualmente, sem o objetivo de receber prêmios ou expandir suas marcas, reconhecendo que suas ações frente ao PI são uma das mais primárias, considerando as ações de outros *stakeholders* (FURTADO; PENA, 2006).

Um ponto que se levou em consideração para escolha do tema de pesquisa é que, muitas vezes, a RS não é analisada do ponto de vista dos principais interessados: o público pelo qual as ações se destinam como nas pesquisas de França (2005) e de Tenório (2004).

Nesse sentido, justifica-se a proposta da pesquisa empreendida para esta dissertação, que buscou analisar as práticas de RS com o Público Interno - PI de uma Cooperativa de Crédito sob a ótica de seus funcionários.

Para discutir as principais questões de RS com PI da Cooperativa de Crédito selecionada, foram utilizados os indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial com PI, para nortear a pesquisa de campo, em função do crescente interesse das empresas brasileiras e devido ao fato de ser um dos mais abordados nas avaliações das empresas.

As cooperativas são organizações que possuem características próprias e que atuam igualmente no mercado, porém dado que a RS é um tema de interesse para a atual gestão empresarial, torna-se relevante um estudo sobre a RS em uma organização cooperativa. Sob este aspecto também se justifica o presente trabalho por contribuir para esclarecer um assunto atual, a RS em uma organização específica, a cooperativa.

A escolha dos Indicadores Ethos de Negócios Sustentáveis e Responsáveis foi feita devido à grande diversidade de questões, identificando a possibilidade de aplicação em uma Cooperativa de Crédito.

1.4 - Estrutura do trabalho

A dissertação foi desenvolvida em cinco seções.

Seção 1 – Introdução – trata da apresentação e contextualização da problemática, apresentação dos objetivos, indicação do universo objeto da análise, enquadramento metodológico da pesquisa, justificativa para sua realização e estrutura do trabalho.

A seção 2 trata da revisão teórica e conceitual referente ao Cooperativismo e à Responsabilidade Social. São apresentados os princípios do Cooperativismo, os tipos de

cooperativas e é feita a caracterização da de Responsabilidade Social, contemplando a evolução dos conceitos e diferenciando Responsabilidade Social Externa, Responsabilidade Social Interna, articulando Responsabilidade Social e Cooperativismo. São também tratados os Indicadores de RS do Instituto Ethos.

Na seção 3 é desenvolvida a Metodologia. Trata-se de uma pesquisa de campo desenvolvida na sede de uma Cooperativa de Crédito, com funcionários e gerentes. Foram selecionados aproximadamente 30% dos funcionários da unidade sede da Cooperativa e a totalidade (10) dos gerentes presentes na sede, para caracterizar e avaliar da ótica deles, as práticas de RS nessa empresa, na condição de Público Interno. Estão caracterizados os procedimentos norteadores da investigação e a forma de tratamento dos dados.

Na seção 4 estão apresentados os resultados da Pesquisa de Campo, analisados em consonância com a revisão sobre Responsabilidade Social e Cooperativismo. Aos dados e às informações foi dado tratamento qualitativo e quantitativo.

A seção 5 trata das Considerações Finais.

Compõe o presente texto, um Apêndice: A – Questionário aplicado aos funcionários – incluindo os gerentes.

O Anexo A é o Instrumento elaborado pelo Instituto Ethos, a partir do qual foi estruturado o questionário respondido pelos funcionários.

2 COOPERATIVISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nesta seção é desenvolvida a revisão teórica, conceitual e empírica sobre Cooperativismo e Responsabilidade Social em três sub seções: 1. Cooperativismo – conceito, características e ramos em que se enquadram as cooperativas no Brasil; 2. Responsabilidade Social, abrangendo conceito e evolução, informações sobre o Instituto Ethos, caracterização da responsabilidade social interna e externa e apresentação dos Indicadores de Responsabilidade Social; 3. Responsabilidade Social e Cooperativas, onde é feita a articulação entre os princípios cooperativistas e os indicadores de responsabilidade social; 4. Revisão empírica sobre Responsabilidade Social e Cooperativas, com a apresentação de investigações sobre a articulação entre os dois temas.

2.1 - Cooperativismo

O cooperativismo, sempre que exercido de maneira correta, é transparente a cada cooperado e o mesmo é valorizado pelo que faz por seu empreendimento, com base nos seguintes princípios atualmente vigentes: Adesão Voluntária e Livre, Gestão Democrática, Participação Econômica, Autonomia e Independência, Educação, Formação e Informação, Intercooperação e Interesse pela Comunidade.

Os resultados da atuação da cooperativa, diversamente dos procedimentos de empresas não cooperativas, não podem ser diretamente distribuídos entre seus membros, o que dificulta a cooperativa em relação às alternativas para obter flexibilidade e agilidade administrativa (BIALOSKORSKI NETO, 1998).

O quadro 1 apresenta, de maneira sintética, a evolução dos princípios doutrinários do cooperativismo, desde a fundação da primeira cooperativa em Rochdale, em 1844, até a última revisão, realizada em 1995.

Quadro 1 - Evolução dos Princípios Doutrinários do Cooperativismo (1844-1995)

Rochdale, 1844	Paris, 1937	Viena, 1966	Manchester, 1995
1. Adesão Livre	1. Adesão Livre	1. Adesão Livre	1. Adesão voluntária e livre
2. Controle democrático (cada homem, um voto)	2. Gestão democrática (cada homem, um voto)	2. Gestão democrática	2. Gestão democrática
3. Retorno das sobras pro-rata (proporcionais) às operações	3. Retorno Pro Rata às Operações	3. Distribuição das Sobras: a) ao desenvolvimento da cooperativa; b) aos serviços comuns; c) aos associados <i>pro-rata</i> das operações	3. Participação econômica dos associados

4. Juro Limitado ao Capital investido	4.Limitação dos juros sobre o capital	4. Taxa Limitada de Juros ao Capital	4.Autonomia e Independência das cooperativas
5. Educação dos Membros	5.Compras e vendas à vista	5.Educação cooperativista permanente	5.Educação, treinamento e formação
6. Vendas efetuadas em Dinheiro	6. Promoção da educação	6.Cooperação entre cooperativas	6. Intercooperação
7. Neutralidade política, religiosa e racial	7.Neutralidade política, religiosa e racial	7.Neutralidade política, social, religiosa e racial	7. Preocupação com a Comunidade

Fonte: Elaborado a partir de Schneider (1999 e 2014); Caçado et al. (2012); OCB (2016)

Afirmam Cardoso e Nicoletti (2007) que a execução dos Princípios Cooperativistas é verdadeiramente, o que tem natureza cooperativista em todo o mundo e os princípios foram universalmente incorporados nas leis nacionais cabíveis a essas organizações.

Bialoskorski Neto (1998) afirma que no Brasil, a legislação insere a cooperativa em uma situação particular em que ela é constituída como sociedade civil de fins econômicos e comerciais formada por cotas pagas por seus membros. O direito cooperativo é claro ao estabelecer que nessas sociedades não há objetivo de lucro e, portanto, as empresas cooperativas não estão sujeitas à tributação de renda, como o Imposto de Renda.

Nota-se que há uma mudança na arquitetura da empresa e na governança da organização. Nos modelos estudados, a cooperativa se limita às transações com seus membros, enquanto as empresas lidam com seu posicionamento nos mercados (BIALOSKORSKI NETO, 1998).

O cooperativismo é dividido em 13 ramos de atuação, conforme o quadro 2:

Quadro 2 - Ramos do Cooperativismo

RAMO	DESCRIÇÃO
Agropecuário	Produtores rurais ou agropastoris e de pesca, cujos meios de produção pertencem aos cooperados, esse ramo cuida de toda a cadeia produtiva, desde o preparo da terra até a industrialização e comercialização dos produtos.
Consumo	Dedicadas à compra em comum de artigos de consumo para seus cooperados.
Crédito	Destinadas a promover a poupança e financiar necessidades ou empreendimentos dos seus cooperados.
Educacional	Cooperativas de professores, de alunos de escola agrícola, de pais de alunos ou cooperativas de atividades afins.
Especial	Constituídas por pessoas que precisam ser tuteladas. Essas entidades organizam o seu trabalho, especialmente no que diz respeito às dificuldades gerais e individuais das pessoas em desvantagem.
Habitacional	Destinadas à construção, manutenção e administração de conjuntos e unidades habitacionais.
Infraestrutura	Finalidade de atender direta e prioritariamente o próprio quadro social com serviços de infra-estrutura. As cooperativas de eletrificação rural, que são a maioria estão deixando de ser repassadoras de energia, para ser geradoras.
Mineral	Finalidade de pesquisar, extrair, lavar, industrializar, importar e exportar minerais.

Produção	Dedicadas à produção de um ou mais bens e mercadorias, sendo os meios de produção de propriedade coletiva e não de propriedade individual do cooperado.
Saúde	Compostas por médicos, dentistas psicólogos e profissionais de outras atividades.
Trabalho	Dedicadas à organização e à administração dos interesses inerentes à atividade profissional dos trabalhadores associados para prestação de serviços.
Transporte	Atuam na prestação de serviços de transporte de carga e passageiros.
Turismo e Lazer	Prestam serviços turísticos, de entretenimento, de esportes e de hotelaria, ou atendem direta ou indiretamente o seu quadro social nessas áreas.

Fonte: OCB (2016).

Utilizando o quadro 3 é possível fazer um confronto, distinguindo a cooperativa das empresas de capital.

Quadro 3- Distinções entre empresas de capital e cooperativas

Característica	Empresa de capital	Empresa Cooperativa
Princípio	Competição	Cooperação
Objetivo	Obtenção de lucro	Prestação de serviços
Número de acionistas/sócios	Limitado	Ilimitado
Princípio da dupla qualidade ^(a)	Não	Sim
Gestão	Cada ação, um voto	Cada homem, um voto
Método de produção	Trabalho visando recursos	Recursos visando o trabalho
Tipo de resultado obtido	Tangível: lucro	Tangível e intangível ^(b)
Distribuição dos resultados	Proporcional ao capital	Proporcional às operações
Cessibilidade das ações/quotas	Sim	Não
Pagamento de dividendos/juros	Limitado pelo montante realizado	Fixos e módicos
Área de atuação	Ilimitada	Limitada
Sujeita a falência	Sim	Dissolução

Fonte: Pinho (1966); Irion (1997); Lauschner (1982); Banco do Brasil S.A. (1998).

(a) Os proprietários da empresa são também os usuários dos benefícios que ela produz.

(b) Tangível: sobras; intangível: serviços prestados aos associados.

No Brasil existem as seguintes empresas: Sociedade limitada, Empresário individual, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Microempreendedor individual, Sociedades empresária, Sociedade anônima, Sociedade em comandita simples, Sociedade em comandita por ações, Sociedade simples, Sem fins lucrativos, Sociedade em nome coletivo e as Cooperativas conforme o seu 4º princípio Autonomia e Independência são regidas por lei própria, a lei 5764/71 (PORTAL BRASIL, 2017).

A cooperativa beneficia-se da isenção de impostos, como exemplo o imposto de renda, pois esse tipo de organização não tem um objetivo de lucro, mas apenas excedente do exercício, portanto, a empresa teria custos operacionais constantes para plantas do mesmo tamanho de negócio. Conseqüentemente, a cooperativa teria que ser uma forma organizacional que apresentasse melhores resultados financeiros quando comparada a outras

empresas e de forma geral as sociedades empresariais são constituídas de indivíduos que através de um contrato, devidamente registrado e reconhecido na forma da lei, formam uma personalidade jurídica, podendo ter um quadro de funcionários para garantir a operacionalidade da atividade econômica (BIALOSKORSKI NETO, 1998).

Os bancos e as cooperativas de crédito desenvolvem muitas ações e procedimentos semelhantes: rede de atendimento, conta corrente, limites em conta, cartão de crédito, talão de cheque, caixas eletrônicos. No entanto, as cooperativas de crédito possuem muitas particularidades como participação nas decisões da instituição, gestão democrática, distribuição dos resultados, retenção de recursos financeiros na comunidade, crescimento coletivo, transparência na gestão. Sendo o cooperado considerado o dono de uma parte do negócio, preços e taxas, podem chegar a ser menor do que os dos bancos em até 20%, tendo como parâmetro somente os custos e as necessidades de reinvestimento. Os rendimentos normalmente são superiores aos de mercado, pois caso o associado tenha uma reserva financeira disponível, poderá aplicá-la na cooperativa sob a forma de depósito a prazo, com rendimentos geralmente superiores aos oferecidos pelo mercado financeiro, devido à cooperativa gozar de isenção tributária, não sendo obrigada ao recolhimento de depósitos compulsórios como os bancos, o que permite uma maior taxa de retorno aos cooperados. Exemplo são as taxas praticadas pela cooperativa e bancos, sobre a abertura de contas. Na cooperativa objeto de estudo a taxa é de R\$ 0,00, o mesmo acontece com o Banco do Brasil e Santander, porém o Bradesco cobra R\$ 30,00. Outro é a anuidade de cartão de crédito básico, sobre a qual cooperativa não cobra e o Banco do Brasil R\$ 45,00, Bradesco R\$ 44,00 e Santander R\$ 54,00. Outro serviço é a Transferência Eletrônica Disponível (TED): a cooperativa não cobra e o Banco do Brasil R\$ 13,20, Bradesco R\$ 14,50 e Santander R\$ 13,40. Por fim o saque presencial que a cooperativa não cobra e o Banco do Brasil cobra R\$ 1,20, Bradesco R\$ 2,00 e Santander R\$ 2,20 (FEBRABAN, 2017).

2.2 - Responsabilidade Social

Bacurau (2014) afirma que o século XIX caracterizou-se por ações isoladas, individuais e voluntárias sobre a RS. Já nos Estados Unidos, Ford e outros investem parte da riqueza na criação de Fundações para ajudar a sociedade. No entanto, ao longo da primeira metade do século XX, as ações sociais dos empreendedores continuaram filantrópicas.

A origem do conceito de RS deu-se nos Estados Unidos e foi somente na década de 1990 que novos conteúdos e debates de liderança empresarial sobre empresas em uma sociedade globalizada foram realizados. Em 1944, a Declaração de Filadélfia da Organização Internacional do Trabalho - OIT estabelece que a geração e a qualidade do trabalho não é somente consequência dos esforços dos governos, mas também do setor privado. Com essa declaração uma boa parte da legislação sobre o assunto foi criada nos anos de 1950, 1960 e 1970, mas em meados dos anos de 1950, as primeiras idéias de RS desenvolvidas por Howard Bowen (1957) afirmaram que as empresas norte americanas do pós-guerra levaram em conta a realização de certas obrigações sociais, defenderam a busca do interesse público por parte das empresas com apoio à educação, às relações humanas, ao trabalho, à filantropia, à harmonia com os governos, à estabilidade econômica e à conservação dos recursos naturais.

A RS está na consciência social e no dever cívico. A ação de RS é coletiva e não individual como é a filantropia. Algumas diferenças entre RS e filantropia podem ser observadas no quadro 4:

Quadro 4 - As diferenças entre a filantropia e a responsabilidade social

Filantropia	Responsabilidade Social
Ação individual e voluntária	Ação coletiva
Fomento da caridade	Fomento da cidadania
Base assistencialista	Base estratégica
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos
Prescinde de gerenciamento	Demanda gerenciamento
Decisão individual	Decisão consensual

Fonte: Melo Neto e Froes (2001).

Como se verifica, a filantropia é voltada à ação de indivíduo para indivíduo e a RS é do coletivo para o coletivo.

Os meios de produção devem ser utilizados de forma a reforçar o bem-estar econômico e social, a RS Corporativa consiste no uso de recursos econômicos e humanos da sociedade para fins sociais gerais e não restringido aos interesses das empresas. Em 1970, iniciou-se o debate sobre RS, a partir das idéias de Milton Friedman² que influenciaram a formação da cultura corporativa do período, com a tese de que as empresas não deveriam ter outra responsabilidade, se não maximizar o valor de seu capital. Com este pensamento, as empresas como instituições econômicas deveriam contribuir de forma mais eficiente para o

² Milton Friedman foi um economista, estatístico e escritor norte-americano que recebeu o Prêmio Nobel, de 1976 e é conhecido por sua pesquisa sobre a análise do consumo, a teoria e história monetária, bem como por sua demonstração da complexidade da política de estabilização (INSTITUTO LIBERAL, 2016).

sistema econômico. Na década de 1980, Freeman³ criou o termo *stakeholder* e, com isso, popularizou-se e generalizou-se um dos mais importantes termos utilizados em RS, *stakeholder*, que define qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pelo desfecho da empresa ao atingir seus objetivos (BACURAU, 2014).

Existem quatro obrigações expressas na RS: econômicas, legais, éticas e voluntárias que têm enfoque nos *stakeholders* e nas novas ideias sobre cidadania corporativa. Sob o aspecto econômico envolvem a obrigação de contribuir para a geração de riqueza e dos produtos e serviços de que a sociedade necessita. As legais constituem a função básica da empresa e se referem ao respeito às leis. As éticas são aquelas, pelas quais a empresa se obriga a respeitar os padrões, normas ou expectativas que refletem uma preocupação pelo que os *stakeholders* consideram justo, ou guardando seu respeito e proteção aos direitos morais de todos. Por fim, as voluntárias que não são exigidas pelas leis, com as quais demonstra seu compromisso de cidadania, apoiando os objetivos sociais da comunidade (CARROLL, 1991).

Portanto, verifica-se que os primeiros movimentos abordados ainda não eram uma RS, em contraste, foi inicialmente a satisfação dos objetivos de acionistas, para depois, o movimento de instituições de caridade corporativas até atingir o patamar observado hoje.

Resumidamente, observa-se a cronologia da RS, com seus principais autores e ideias no quadro 5.

Quadro 5 - Cronologia da Responsabilidade Social

Ano	Responsável	Observação
1899-França	Carnegie, fundador do conglomerado U.S. Steel corporation	Estabelecia dois princípios as grandes empresas. O primeiro era o da caridade, exigia que os membros mais afortunados da sociedade ajudassem os grupos de excluídos e o segundo era o da custódia, em que as empresas deveriam cuidar e multiplicar a riqueza da sociedade.
1919-EUA	Henry Ford	Contraria um grupo de acionistas ao reverter parte dos lucros na capacidade produtiva, para aumento de salários e constituição de fundo de reserva. A justiça americana posicionou-se contraria a atitude de Ford, alegando que os lucros deveriam favorecer aos acionistas.
1929-Alemanha	Constituição da República de Weimar	Passa a ser aceitável que as empresas, como pessoas jurídicas, assumam uma função social basicamente em ações de caráter filantrópico.
1953-EUA	Justiça Americana	Julga um caso semelhante ao de Ford, mas neste caso a decisão foi favorável á doação de recursos para a Universidade de Princeton, contraindo interesses de grupo de acionistas e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa.
Década de 60 – EUA	Conflito Vietnã	A sociedade se manifesta contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente armas químicas. As organizações não podiam mais vender o que desejassem.

³ Robert Edward Freeman, filósofo norte-americano, empregou o termo *Stakeholder* pela primeira vez, em 1963 em um memorando interno, em que se referia aos grupos pelos quais sem o seu devido apoio não seria possível que aquela organização existisse (UNIVERSITY OF VIRGINIA, 2016).

Década de 70 – EUA	Novo contexto econômico	Os aumentos nos custos de energia e a necessidade de maiores investimentos para reduzir poluição e proteção de consumidores fazem as empresas buscarem ações para maximizar os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais.
--------------------	-------------------------	---

Fonte: Karkotli e Aragão (2004, p. 59-60) apud Rabelo e Silva (2011, p. 21-22).

Conforme Ashley (2005) as práticas começaram a ser direcionadas para os atuais e futuros *stakeholders* da empresa e percebe-se a evolução do conceito e da aceitação das empresas para ações filantrópicas e sociais, a partir das exigências do mercado.

Quadro 6 - Evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial

REFERÊNCIAS	PERSPECTIVAS	CONCEITOS PRINCIPAIS
Carnegie (1889); Bowen (1957).	Responsabilidade Filantrópica e da Reação Social	A RS aparece como uma contribuição voluntária e filantrópica no contexto da solidariedade social; A lógica dos ajustes da empresa às pressões e expectativas externas está presente.
Friedman (1977)	Responsabilidade Econômica e Obrigação Social	A RS é restrita exclusivamente à criação de valor para as partes interessadas; A orientação principal da empresa deve ser uma tomada de lucro, respeitando as regras impostas pela sociedade e pela lei.
Mintzberg; Ahlstrand; Lampel (2000)	Responsabilidade Ética e Sensibilidade Social	O conceito de RS é afirmado como uma atitude de compromisso dos gestores com o desenvolvimento sustentável, criando valor econômico, social e ambiental.
Zadek (2006)	Responsabilidade Civil e Cidadania Empresarial	Abrange uma visão ainda mais ampla do papel das empresas e refere-se à integração de negócios com outras organizações, com vistas a afirmar o desenvolvimento sustentável e construir formas de governança civil.

Fonte: Santos et al. (2006)

Não há data correta de início da RS no Brasil, não existem registros de ações sociais desde o século XX. A Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas, publicada em 1965 pela Associação de Líderes Cristãos de Empresas Brasileiras, constitui um dos marcos iniciais. A carta chama a atenção para que os empresários assumam as suas responsabilidades colocando à frente não o dever de empreendedor, nem o fim de apenas gerar lucro, argumentando que a empresa tem a obrigação de participar ativamente com plena responsabilidade política da comunidade e na vida cívica (BACURAU, 2014).

No quadro 7 pode-se verificar a cronologia da RS no Brasil.

Quadro 7 - Cronologia da Responsabilidade Social no Brasil (1965 a 2010)

Ano	Observação
1965	Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas
1974	Conjunto de dez normas ou princípios do Empresário
1981	Criação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE
1986	Criação da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) - Objetivo: humanizar a empresa e promover sua relação com a sociedade.
1987	Criação do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) - Um dos primeiro foros da

	comunidade de negócios a debater ética, corrupção, e desenvolvimento sustentável.
1988	Constituição Federal - Título II (Direitos e Garantias Fundamentais) e Título VIII (da Ordem Social).
1990	Criação da Fundação ABRINQ - Missão: defender os direitos da criança e do adolescente por meio da mobilização social.
1992	Realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), entre 3 e 14 de junho de 1992 no Rio de Janeiro.
1993	Lei Orgânica da Assistência Social – LOAS (Lei 8742/93)
1994	Criação da Associação Brasileira de Empresários pela Cidadania (CIVES)
1995	Assembléia de Constituição do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE)
1997	Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (CEDS).
1998	Criação do Instituto Ethos.
1999	Instituto Ação Empresarial para a Cidadania – AEC
2000	Certificado de Responsabilidade Social – RS (Lei 11.440/00)
2003	Realização da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção.
2004	Norma ABNT NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistemas de Gestão – Requisitos: promoção da cidadania; do desenvolvimento sustentável; e transparência das suas atividades.
2005	Lançamento do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) na BOVESPA
2006	Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção.
2010	Publicação da Norma Internacional ISO 26000 - Diretrizes sobre Responsabilidade Social.

Fonte: Elaborado a partir de Sousa (2010), Barakat (2013), Bacurau (2014), Carmo (2015), ETHOS (2016).

A RSE é uma ferramenta de gestão que permite à organização desenvolver ações que possuem o objetivo de minimizar os efeitos negativos que suas atividades têm sobre a comunidade, o meio ambiente, a economia e outros fatores (COSTA, 2007).

(...) a responsabilidade social pode ser definida como compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, de modo amplo, ou alguma comunidade, de modo específico (...). Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (COSTA, 2007, p.23).

Com base nesses dados, observa-se que o conceito de RS não está apenas no contexto filantrópico, mas passa a ser uma estratégia de sustentabilidade de longo prazo, em que a empresa observa e tenta mudar os efeitos de suas atividades perante a sociedade.

Conforme Tinoco (2008) resumidamente a RSE é um conjunto de ações desenvolvidas pela empresa em prol da sociedade, visando trazer retornos positivos para a empresa.

(...) responsabilidade social corporativa, ou cidadania empresarial, como também é chamada, enfatiza o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem (*stakeholders*): empregados, fornecedores, clientes, consumidores, funcionários, investidores, competidores, governos e comunidades (...) A responsabilidade pública das organizações, neste novo milênio que se inicia, deverá atender aos anseios da comunidade, que clama por programas e ações conscientes, que modifiquem o quadro de exclusão social que existe no Brasil (TINOCO, 2008, p. 115).

A RSE pode ser considerada como um complemento das operações das empresas, que como agentes sociais, interferem muito na sociedade, no ambiente e de modo geral na vida humana e pode transformar a sociedade por uma série de elementos. Segundo Melo Neto e Froes (2002) esses elementos são:

- Aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidades e competências disponíveis em seu meio;
- Aumento do nível de consciência da comunidade com relação ao seu próprio desenvolvimento;
- Mudança de valores das pessoas que são sensibilizadas, encorajadas e fortalecidas em sua auto-estima;
- Aumento da participação dos membros da comunidade em ações empreendedoras locais;
- Aumento do sentimento de conexão das pessoas com a sua cidade, terra e cultura;
- Estímulo ao surgimento de novas idéias que incluem alternativas sustentáveis para o desenvolvimento;
- Transformação da população em proprietária e operadora dos empreendimentos sociais locais;
- Inclusão social da comunicação;
- Busca de maior auto-suficiência pelos membros da comunidade local;
- Melhoria da qualidade de vida dos habitantes.

Apesar da crescente evidência do tema da RS não é possível identificar uma definição comum ou um conjunto de princípios centrais sobre o assunto. Pesquisadores ainda discutem o que significa ser socialmente responsável ou mesmo se as empresas devem ter responsabilidades sociais (CARROLL, 2008; CRANE et al., 2008).

2.2.1 O Instituto Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis

O Instituto Ethos, com sede em São Paulo, é uma organização não-governamental, criada em 1998, com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar todos os tipos de organizações a gerir seus negócios de forma socialmente responsável e justa. Desenvolveu e fornece às organizações questionário de avaliação que é um instrumento de diagnóstico da situação específica da empresa, indicando o grau de efetivação da responsabilidade social em suas atividades (ETHOS, 2016).

O objetivo do Instituto Ethos é disseminar a prática da RS empresarial, ajudando as organizações a:

1. compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável;
2. implementar políticas e práticas que atendem a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável em longo prazo;
3. assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
4. demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno em longo prazo sobre seus investimentos;
5. identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar;
6. prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e ambiental sustentável.

Os Indicadores Ethos de RSE constituem um sistema de avaliação, referência dos compromissos e práticas sociais das empresas, que consideram as múltiplas dimensões do papel social da mesma. Os Indicadores de RSE representam uma ferramenta que auxilia as empresas no processo de aprofundamento e de comprometimento com o novo modelo de gestão, sendo um guia para organizações que procuram por este modelo. Esses indicadores estão estruturados em forma de questionário com questões de profundidade e questões binárias. Os temas compreendem toda a teia de relacionamento da organização com seus diversos públicos (ETHOS, 2016).

O questionário de avaliação é um instrumento de diagnóstico da situação específica da empresa, indicando o grau de efetivação da RS em suas atividades e cumpre também o papel de oferecer uma ferramenta de gestão e planejamento, indicando prospectivamente, a partir da situação da empresa, políticas e ações voltadas para o aprofundamento de seus compromissos sociais.

Os indicadores apresentados pelo Ethos (2016) estão organizados em sete temas: Valores, Transparência e Governança, PI, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade e Governo e Sociedade.

Quanto maior for o cumprimento dos indicadores sociais na empresa maior será a RS desta, engajando-se direta e indiretamente em programas e atividades sociais, tanto para o PI quanto para o externo.

De acordo com o Ethos (2016) os valores e princípios éticos formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social. A noção de RS empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações. A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT, ainda que esse seja uma suposição indispensável. A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados. Também deve estar atenta para o respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses. A empresa deve criar um sistema de gestão que assegure que ela não contribui com a exploração predatória e ilegal de nossas florestas.

A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência. A RS em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral. A publicidade de produtos e serviços deve garantir seu uso adequado (ETHOS, 2016).

Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte para o cliente antes, durante e após o consumo. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.

Conforme o Ethos (2016) a comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infra-estrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em

ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais. É importante que a empresa procure assumir o seu papel natural de formadora de cidadãos. Programas de conscientização para a cidadania e importância do voto para seu PI e comunidade de entorno são um grande passo para que a empresa possa alcançar um papel de liderança na discussão de temas como participação popular e corrupção.

Segundo De Luca (1991), por meio do Balanço Social (BS) torna-se pública a responsabilidade social das organizações. De maneira geral, esse tipo de balanço pode ser descrito como um instrumento que reúne e sistematiza a informação da área econômica e social, capaz de fornecer indicadores que demonstrem a contribuição social da organização econômica. Sendo assim, o BS pode ser visto como um sistema complementar de informação contábil capaz de divulgar informações sobre o desempenho econômico e social da empresa e o seu relacionamento com a sociedade.

De acordo com Tairrol, Raimundini, Behr (2011), o BS é um relatório que representa uma nova concepção dos relatórios contábeis, tornando-se uma importante fonte de informação que permite avaliar o compromisso e a transparência das organizações com a RS.. Uma das peças que compõem o BS é a Demonstração do Valor Adicionado que, segundo Tinoco (2008), é um instrumento contábil capaz de apresentar a riqueza criada pelas empresas, bem como sua distribuição entre os agentes sociais envolvidos.

O BS é um dos principais instrumentos utilizados para aferir, de maneira adequada, os resultados da empresa na área socioeconômica, ou seja, que possibilita avaliar e divulgar os impactos sociais e econômicos, tanto no seu interior, quanto no seu meio ambiente (DE LUCA et al. (2009).

A extensão da informação social evidenciada em um relatório social, ou BS, pode variar de uma entidade para outra, entretanto, as principais informações apresentadas se referem a: evolução dos empregos, relações profissionais, formação profissional, treinamentos, condições de higiene e segurança, práticas de proteção ao meio ambiente e utilização do lucro da empresa (DE LUCA,1991).

Santos, Gouveia e Vieira (2012) expõem que, no caso das cooperativas o BS pode ser visto como um canal de discussão entre os agentes relacionados ao desenvolvimento da cooperativa. O BS é visto como um meio para as cooperativas anunciarem o alcance ou não

do seu propósito organizacional, a prestação de serviços a seus cooperados, ou seja, o suprimento das suas necessidades sociais e econômicas.

2.2.2 – Responsabilidade Social Externa e Interna

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pode se manifestar ao interior de dada organização ou externamente a ela, como resultado ou consequência de suas ações.

Conforme Alineri, Silva e Faria (2008) a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) vai além dos limites das relações da empresa com seus funcionários, reforçando, com isso seu relacionamento com fornecedores, consumidores, comunidade e com o meio ambiente.

Em relação aos fornecedores e consumidores, a empresa deve buscar auxílio para a diminuição dos custos e maior qualidade dos produtos e serviços prestados. No que diz respeito à comunidade, a empresa tem que se preocupar em atender a carência de cada lugar, fazendo doações às obras beneficentes e ajudando na implantação de centros comunitários que integrem à empresa na comunidade (ALINERI; SILVA; FARIA, 2008).

As empresas afirmam que a motivação para investir em projetos sociais na comunidade externa é o compromisso ético que elas têm com o desenvolvimento da sociedade. Porém, a ética, antes de ser um tema pertinente ao negócio, ainda é entendida como mais um recurso a ser usado para atingir os objetivos de negócios, portanto, a RSE das empresas parece se referir mais ao impacto nos negócios (MELO NETO; FROES, 2001).

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os funcionários, fazendo isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa (ALINERI; SILVA; FARIA, 2008).

As ações de gestão de Responsabilidade Social Interna (RSI) compreendem os programas de contratação, seleção, treinamento e manutenção de pessoal, que são realizados pelas empresas em benefício de seus funcionários, bem como os demais programas de benefícios voltados para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes (MELO NETO; FROES, 2001).

A RSI focaliza os seus funcionários e seus dependentes e o seu objetivo é motivá-los para um desempenho excelente, criar um ambiente de trabalho favorável e contribuir para seu bem estar. Consequentemente, a empresa ganha dedicação, empenho e lealdade, podendo trazer ganhos de produtividade enormes (MELO NETO; FROES 2001).

Conforme informação do Ethos (2016), a empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos funcionários fixados na Consolidação das Leis do Trabalho - CLT e nos padrões da OIT, mesmo que esse seja um requisito fundamental. A organização deve superar e investir no desenvolvimento profissional e pessoal de seus funcionários, como também no aprimoramento das condições de trabalho e na melhora de seus relacionamentos com os empregados. Ainda deve estar preocupada com o respeito às culturas locais, demonstrado por uma relação responsável e ética com as minorias discriminadas e entidades que representam seus interesses.

Furtado e Pena (2006) afirmam que a RSI tem contribuições à empresa.

(...) a responsabilidade social interna contribui para motivar os empregados e seus dependentes no sentido de melhorar seu desempenho, criar um ambiente agradável de trabalho e proporcionar o bem-estar dos trabalhadores, gerando enormes ganhos de produtividade. Eles comentam ainda que algumas empresas começam a estender suas ações internas para a rede de funcionários de empresas contratadas, terceirizadas, fornecedores e parcerias (FURTADO; PENA, 2006, p. 29)

Furtado e Pena (2006) compreendem a necessidade de a empresa dar o exemplo, de começar de si mesma, do seu interior, fazendo de seus próprios procedimentos internos um exemplo para então avançar para a comunidade e a sociedade. Esses argumentos levam a entender o *stakeholder* funcionário público interno, como um público favorecido para as pesquisas interessadas em verificar a compatibilidade entre o discurso empresarial e as suas relações de trabalho.

A prática da RSE mostra-se ligada diretamente na composição de um ambiente de trabalho favorável e positivo à realização profissional das pessoas. Portanto, a empresa aumenta sua capacidade de contratar e manter excelentes funcionários, fator chave para seu sucesso numa época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos para crescimento da empresa (ALINERI; SILVA; FARIA, 2008).

Segundo Cruz e Cabral (2011), a RSE identifica seus trabalhadores como integrantes a quem a organização deve proporcionar relevantes auxílios.

Os trabalhadores necessitam ser destacados e conseqüentemente reconhecidos por suas contribuições à empresa, por meio das quais a recompensa supera o aspecto financeiro, englobando condições de trabalho e grande utilização de suas capacidades, já que os mesmos podem se constituir no diferencial de uma organização, quando valorizados, motivados e alinhados aos objetivos organizacionais. O tratamento dos trabalhadores com responsabilidade, dignidade e liberdade de iniciativa deve integrar a cultura da empresa, portanto a RS da empresa com o PI estimula uma maior produtividade, compromisso e

motivação, como também resulta em menor rotatividade de funcionários (CRUZ; CABRAL, 2011).

A RSI influencia e motiva os funcionários e seus dependentes, contribuindo para um clima favorável para o trabalho, promovendo o bem-estar de todos, aumentando seus desempenhos, gerando altos níveis de rendimento e aumento da produtividade. Esses resultados constituem a maior vitória alcançada pela empresa em todo este processo de gestão de investimentos sociais em seu PI. Esse aumento resultará em uma maior satisfação, motivação e melhoria na formação de seus funcionários. Com isso, empresas estão expandindo suas práticas de RSI para o grupo de funcionários de organizações terceirizadas, parceiros, fornecedores e contratados (CRUZ; CABRAL, 2011).

Melo Neto e Froes (2002) apresentam a RS como a prática da "cidadania corporativa", que presume o desempenho efetivo da empresa em dois aspectos: interna e externa, associando-se ao público-alvo, interno e externo, conforme demonstrado no quadro 8.

Quadro 8 - Responsabilidade Social Interna e Externa.

	RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA	RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA
FOCO	Público Interno (funcionários e seus dependentes)	Comunidade
ÁREAS DE ATUAÇÃO	Educação / Salários e Benefícios / Assistência Médica, Social e Odontológica	Educação / Saúde / Assistência Social e Ecológica
INSTRUMENTOS	Programa de RH / Planos de Previdência Complementar	Doações / Programa de Voluntariado / Parcerias / Programas e Projetos Sociais
TIPO DE RETORNO	Retorno de Produtividade / Retorno para os Acionistas	Retorno Social / Retorno de imagem / Retorno Publicitário / Retorno para os Acionistas

Fonte: Melo Neto e Froes (2002).

As principais práticas de RSI são: programas de remuneração e participação nos lucros; conservação dos direitos trabalhistas; gestão participativa; investimento no bem-estar dos trabalhadores e dos seus dependentes; respeito pelos direitos humanos, médicos, dentários, sociais, alimentares e de transportes; investimentos na formação do órgão funcional; gestão do ambiente e das condições de trabalho, incluindo aspectos como horas de trabalho, organização do trabalho, materiais e equipamentos, segurança e saúde dos trabalhadores (MATTONI; PENA; QUEIROZ, 2007).

Guimarães (2004) demonstra os oito principais danos causados pela ausência da dimensão interna da RS: 1) êxodo do capital intelectual; 2) surgimento de conflitos; 3)

ameaça de greve e paralização; 4) desmotivação generalizada; 5) decadência do clima organizacional; 6) aumento dos acidentes de trabalho; 7) baixa produtividade; 8) indicadores de atrasos e falhas elevadas.

Furtado e Pena (2006) afirmam que a RS com os funcionários implica o reconhecimento não só do capital humano, mas também da humanidade daqueles que trabalham na organização e querem ser considerados, valorizados e motivados. No momento em que a RS é voltada para o aspecto de coerência e pela ética entre o discurso e a prática, verifica-se a relevância do PI em relação aos demais *stakeholders*.

Destacando a ligação das relações ao problema dessa pesquisa, deve-se mencionar que os Indicadores Ethos de RSI englobam três sub-temas: diálogo e participação, respeito pelo trabalho individual e trabalho decente. O sub-tema diálogo e participação está subdividido em indicadores: relações com sindicatos; relações com trabalhadores terceirizados e gestão participativa. O sub-tema sobre o indivíduo é dividido em: compromisso com o futuro das crianças; compromisso com o desenvolvimento da criança; valorização da diversidade; compromisso com a equidade racial e compromisso com a equidade de gênero. E o sub-tema do trabalho decente é subdividido em: política de remunerações, benefícios e carreira; cuidado com a saúde, segurança e condições de trabalho; compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; comportamento diante de demissões e preparação para a aposentadoria.

No quadro 9 há uma demonstração sintética dos indicadores de RSI e especificações propostas pelo Instituto Ethos. Esses Indicadores serviram de referencial para elaboração do questionário aplicado aos funcionários, para levantamento da percepção deles sobre RSI:

Quadro 9 - Síntese dos indicadores de RSI e especificações propostas pelo Instituto Ethos

INDICADORES	DESCRIÇÃO
Relações com Sindicatos	A empresa socialmente responsável deve tentar articular-se com as instituições sindicais, com o objetivo de solucionar demandas coletivas, bem como aprofundar uma prática de diálogo transparente com as organizações mencionadas acima, visando alcançar objetivos comuns.
Relações com Trabalhadores Terceirizados	Uma empresa que adote práticas de responsabilidade social interna deve se esforçar para que seus subcontratados tenham condições de trabalho semelhantes às de seu próprio corpo funcional, impedindo a terceirização de ocorrer em que a retração de custos seja obtida pela degradação das respectivas condições de trabalho.
Gestão Participativa	A organização deve encorajar o engajamento do seu pessoal interno na resolução de problemas. Desta forma, promove o crescimento profissional e pessoal de seus colaboradores ea consecução de metas firmadas conjuntamente.

Compromisso com o Futuro das Crianças	A empresa socialmente responsável não pode ter menos de 14 anos de idade (trabalho infantil) ao abrigo da sua legislação nacional. No entanto, a prática de proporcionar oportunidades para os menores entre 14 e 16 anos de idade como aprendizes é muito saudável, desde que permaneçam na escola.
Compromisso com o Desenvolvimento Infantil	Investir na infância é uma excelente maneira de acabar com o ciclo vicioso da pobreza e contribuir para o desenvolvimento econômico e social de uma nação. Assegurar os direitos das crianças é proporcionar o crescimento e o desenvolvimento de cidadãos responsáveis, mais intelectualmente responsáveis, remunerações mais elevadas, melhores posições sociais e seres humanos menos violentos.
Valorização da Diversidade	As organizações devem oferecer oportunidades equivalentes às pessoas, independentemente da idade, raça, sexo, orientação sexual, origem, religião, condições de saúde e deficiência física, ou seja, não pode haver discriminação no recrutamento.
Compromisso com a Equidade Racial	O objetivo deste indicador é ajudar as empresas apresentando propostas práticas para demonstrar o que pode ser feito em relação à inclusão da população negra, como inserir esse assunto no código de conduta da organização e favorecer a implementação e acompanhar e impulsionar a equidade racial.
Compromisso com a Equidade de Gênero	Este indicador tem como principal objetivo demonstrar como uma organização socialmente responsável pode contribuir para mudar a realidade das mulheres no atual contexto do mercado de trabalho e, desta vez, é um estimulador para a transformação social.
Política de Remuneração, Benefícios e Carreira	Uma organização socialmente responsável deve visualizar seus funcionários internos como parceiros, formulando uma política de remunerações, benefícios e carreira que reconheça as potenciais competências de seus funcionários e promover seu crescimento profissional. Também precisa avaliar a amplitude de seus níveis de remuneração para corrigir as distorções salariais que podem levar a desigualdades sociais.
Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho	Em relação a este indicador deve-se expressar que a consciência é o princípio essencial para a transformação das intenções da organização em atitudes que alinham seus interesses com os de seus funcionários. A busca por parâmetros internacionais das relações de trabalho é interessante, com as certificações relevantes sobre o assunto (por exemplo: BS 8800 e SA 8000).
Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade	É dever da organização assegurar investimentos na qualificação e desenvolvimento profissional de seus colaboradores, oferecendo assistência às propostas de criação de empregos e fortalecimento da empregabilidade em relação à comunidade com a qual interage.
Comportamento Frente a Demissões	Uma empresa socialmente responsável não pode fazer as demissões a primeira ação, a fim de minimizar os custos. Em situações em que as demissões são consideradas como soluções únicas, a organização deve executá-las com suficiente responsabilidade, determinando parâmetros para realizá-las e garantindo os benefícios que elas podem oferecer. Além disso, a instituição pode usar seu prestígio e conhecimento para ajudar na deslocalização dos trabalhadores demitidos.
Preparação para Aposentadoria	Uma organização socialmente responsável tem um alto nível de preocupação com o futuro de seus funcionários. A empresa deve oferecer instrumentos complementares de segurança social, visando minimizar o efeito da aposentadoria no nível de renda e incentivar o envolvimento dos inativos em seus projetos sociais.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos Indicadores Ethos – julho/2016.

Existem também outros modelos apresentados por outros institutos que tratam da RS conforme o apresentado no quadro 10:

Quadro 10 - Modelos propostos e suas principais características

MODELO	DESCRIÇÃO
Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE)	Na forma de uma planilha, reúne informações sobre folha de pagamento, despesas de gastos sociais dos funcionários e participação nos lucros. Detalha as despesas com controle ambiental e investimentos sociais externos nas diversas áreas - educação, cultura, saúde, etc.
Instituto Ethos	Com base em um relato detalhado dos princípios e ações da organização, este guia incorpora os indicadores Ethos de RS e a planilha do IBASE, sugerindo maior detalhamento do contexto de tomada de decisão em relação aos problemas encontrados e aos resultados obtidos.
Relatório de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI)	Considerado o mais completo com os princípios para definir adequadamente o conteúdo do relatório, indicadores de desempenho e protocolos técnicos com metodologias de compilação, fontes de referências etc. Considerando o padrão internacional de relatórios de sustentabilidade.

Fonte: ETHOS (2016).

Conforme apresentado no quadro 10, pode-se verificar que: a) o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE reúne informações básicas de indicadores de RS empresarial; b) o Instituto Ethos contempla todas as informações do IBASE com detalhamentos maiores; e c) o *Global Reporting Initiative*, GRI demonstra indicadores de desempenho muito mais complexos, indo além dos objetivos do presente trabalho. Assim sendo, optou-se pela utilização dos Indicadores de RS do Instituto Ethos, por terem sido identificados como os mais adequados para a investigação no cumprimento dos objetivos do presente trabalho.

2.2.3. - Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial com o Público Interno

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial com PI foram utilizados como base para discutir as principais questões de RS com PI da Cooperativa de Crédito estudada. Essas variáveis são apenas algumas das existentes, pois existem várias outras que norteiam o tema RSE com PI. Os Indicadores do Instituto Ethos foram escolhidas para nortear a pesquisa de campo em função do crescente interesse das empresas brasileiras e devido ao fato de ser um dos mais abordados nas avaliações das empresas.

São os seguintes os indicadores:

1 Tema Direitos Humanos:

1.1 Monitoramento de Impactos do Negócio nos Direitos Humanos

1.2 Trabalho Infantil na Cadeia de Suprimentos

1.3 Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia de Suprimentos

1.4 Promoção da Diversidade e Equidade

- 2 Práticas de Trabalho:
 - 2.1 Relação com Empregados (Efetivos, Terceirizados, Temporários ou Parciais)
 - 2.2 Relações com Sindicatos
 - 2.3 Remuneração e Benefícios
 - 2.4 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional
 - 2.5 Comportamento frente a Demissões e Empregabilidade
 - 2.6 Saúde e Segurança dos Empregados
 - 2.7 Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho
- 3 Questões relativas ao Consumidor:
 - 3.1 Relacionamento com o Consumidor
 - 3.2 Impacto decorrente do Uso dos Produtos ou Serviços
 - 3.3 Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente
- 4 Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento:
 - 4.1 Gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade
 - 4.2 Compromisso com o Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais
 - 4.3 Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

2.2.3.1 - Relação da empresa frente a condições e contratos de trabalho e relações sindicais

Os dois primeiros indicadores serão tratados no mesmo tópico, dada a interligação entre eles. A questão da gestão participativa e a relação com os sindicatos são indicadores interligados. Em geral os movimentos das empresas em direção ao maior envolvimento dos empregados na gestão contribui para a desmobilização sindical (FURTADO; PENA, 2006).

Conforme visão de Furtado e Pena (2006) para conduzir a discussão sobre relações com sindicatos e gestão participativa, há um conceito de gerenciamento muito próximo da realidade das grandes empresas que tem se voltado mais fortemente para a questão da RSE com PI, como o tema que foi escolhido para esta dissertação.

A empresa de gestão é aquela que investe em canais de comunicação para os trabalhadores manifestarem suas preferências, tais como sistemas de ideias, política de portas abertas, pesquisas de opinião, reuniões, etc.. Com isso a empresa desenvolve técnicas para salvaguardar os funcionários contra o poder exercido de forma arbitrária - como códigos de conduta e ética, procedimentos de reclamação - e procura evitar a discriminação. Possui

também uma forte área de Recursos Humanos, que propõe segurança em relação ao emprego, evitando demissões por meio de transferências internas e outros mecanismos e incentiva o desenvolvimento de carreira e crescimento na empresa. (FURTADO; PENA, 2006).

A implantação de programas de gestão participativa exerce uma pressão que interfere na organização dos trabalhadores. Em um contexto em que se busca a cooperação, quem não colaborar com a empresa está indo de forma contrária aos objetivos, lógica aceita pelos próprios trabalhadores (FURTADO; PENA, 2006).

As mudanças nas relações de trabalho ocorreram desde o momento em que as empresas, voltadas na realização da reestruturação produtiva, começaram a ter mais autonomia em relação à negociação coletiva, uma vez que os governos diminuíram seu papel no processo e sindicatos enfraquecidos já não ofereciam mais resistência (GALVÃO; TRINDADE, 1999).

Para o Ethos (2016), a empresa socialmente responsável deve favorecer a organização de seus empregados, permitir que o sindicato atue no local de trabalho, estabelecer negociações coletivas, e manter uma interlocução transparente com as entidades sindicais, inclusive, fornecendo informações financeiras e estratégicas que possam afetar os trabalhadores.

Sobre gestão participativa, o Instituto Ethos entende que as empresas devam desenvolver práticas para envolver os empregados na solução dos problemas da empresa. E, novamente, insiste na importância de disponibilizar informações financeiras aos empregados e treiná-los para entendê-las. A empresa socialmente responsável deve também manter representantes dos trabalhadores em comitês de gestão ou formados para definir questões estratégicas (ETHOS, 2016).

2.2.3.2 - Relação da empresa frente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios

Nas grandes empresas, os cargos são definidos em função dos grupos ocupacionais gerencial, técnico/administrativo e operacional e, embora os sistemas de remuneração por habilidades e por competências sejam muito discutidos, na prática, ainda prevalece a remuneração funcional. (FURTADO; PENA, 2006).

O conceito de remuneração variável não é moderna. Frederick Taylor⁴ considerava o incentivo individual a partir de gratificações e premiações para aqueles funcionários que

⁴ É considerado "o pai" da Administração Científica por propor a utilização de métodos científicos cartesianos na administração de empresas.

desempenhassem suas funções no tempo determinado. Porém, no século XX, na grande parte dos países ocidentais, os sistemas de relações trabalhistas previam salário fixo, proporcional ao cumprimento de tarefas determinadas (SCOTT, 1998).

Furtado (2006) afirma que em uma pesquisa sobre os modelos de relações trabalhistas em oito países (Alemanha, Estados Unidos, Espanha, França, Inglaterra, Japão, Suécia, Itália), concluiu-se que os meios de remuneração passaram a premiar o desempenho individual dos funcionários.

A Participação nos Lucros e Resultados – PLR se estendeu depressa, no início dos anos 1980 e sua propagação se deveu ao cenário de mudanças com a necessidade de inovação e premiação. Estas ajudariam a minimizar a resistência dos trabalhadores e melhorar sua atuação, suscitando a noção de responsabilidade, reduzindo as faltas e a rotatividade. (FURTADO, 2006).

Conforme Furtado (2006) a concessão da remuneração não se dá somente com a implantação dos PLR's, se dá também mediante a inserção de programas de remuneração por resultados. Portanto na PLR o recebimento de acréscimo está ligado à rentabilidade da empresa de forma geral; já a remuneração por resultados está ligada ao recebimento do bônus ao cumprimento de objetivos preestabelecidos, geralmente formulados em acordos sindicais entre empresa e funcionários.

A definição do Instituto Ethos para a questão de remuneração e carreira determina que a empresa socialmente responsável deve considerar seus funcionários como sócios, desenvolvendo uma política de remuneração, benefícios e carreira que valorize as competências potenciais de seus empregados e invista em seu desenvolvimento profissional. Além disso, deve monitorar a amplitude de seus níveis salariais com o objetivo de evitar reforçar mecanismos de má distribuição de renda e geração de desigualdades sociais, efetuando ajustes quando necessário (ETHOS, 2016).

2.2.3.3 - Relação da empresa referente a Condições de Trabalho e Treinamento

Nas condições de devem ser levados em conta acidentes e doenças, relacionando não só a riscos materiais (físicos, químicos, biológicos, ergonômicos), mas também carga, ritmo e horário de trabalho (OLIVEIRA, 2003).

Há predisposição na formação da jornada de trabalho para que as empresas possam ajustar o volume de trabalho de acordo com a demanda produtiva. São apontadas ainda como causas de acidentes e doenças: a falta de identidade com o trabalho, relacionamentos

interpessoais, conflitos com a chefia, falta de compatibilidade entre ocupação e competência técnica e fadiga física e psíquica, além de questões pessoais relacionadas ao contexto de vida de cada um como dificuldades financeiras, afetivas etc.. É apontada, também, a necessidade de reclassificar e flexibilizar as tarefas para comportar o novo trabalhador versátil. Atualmente, as empresas exigem um nível de conhecimento e competências muito mais abrangente, dado que os funcionários precisam exercer tarefas variadas dentro da empresa. Nesse contexto, é de interesse da própria empresa o apoio a programas de qualificação para os seus funcionários, desde a complementação da educação básica, com a oferta de cursos do ensino fundamental, para aqueles que ainda não o concluíram, quanto o oferecimento de programas de qualificação, capacitação e aprendizado mais sofisticados. (GALVÃO; TRINDADE, 1999).

Conforme Furtado, (2006) não é só dar treinamentos aos funcionários para terem habilidades ligadas às tarefas desempenhadas no cotidiano; as empresas devem proporcionar crescimento profissional e pessoal ao trabalhador de forma mais abrangente e da perspectiva da RSE. Esse é o compromisso com o desenvolvimento profissional, pessoal e a empregabilidade, ou seja, treinar os funcionários não só para as tarefas desenvolvidas no dia-a-dia, mas com a pretensão de torná-los aptos a assumirem novas atribuições, a se desenvolverem na empresa e se prepararem melhor para o reingresso no mercado de trabalho, no caso de uma demissão.

Para o Ethos (2016), a empresa deve desdobrar suas intenções em ações concretas. O Instituto recomenda a busca de padrões internacionais voltados para essa questão específica e entende que a empresa deva investir na capacitação e no desenvolvimento profissional de seus empregados de uma forma ampla. E, mais do que isso, oferecer apoio a projetos de geração de empregos e fortalecimento da empregabilidade para a comunidade com que se relaciona.

2.2.3.4 - Relação da empresa referente a Demissões e Aposentadorias

Furtado (2006) afirma que o incremento da concorrência global e a delimitação das margens de lucro das empresas flexibilizam os contratos de trabalho e abrem para as empresas a subcontratação como forma de evadir-se dos custos de recrutamento, o que conduz a um aumento do desemprego.

As demissões em massa são prejudiciais para as próprias empresas, pois acabam com o clima organizacional, perdem-se funcionários com experiência e ainda afetam a memória organizacional. A produtividade o desempenho e o risco de imagem da empresa, dentre

outros, são afetados e os demitidos também são prejudicados gerando, por exemplo, estresse, ansiedade, angústia, queda na auto-estima e perda da noção de identidade, deterioração na saúde e outras consequências negativas familiares, econômicas e sociais (FURTADO, 2006).

Conforme Furtado (2006) as demissões são habituais em função do descumprimento de tarefas, desempenho abaixo do esperado, comportamentos desapropriados, dentre outros que fazem parte do dia-a-dia de todas as empresas. Porém, quando indispensáveis os processos de demissão em massa, devem, além de se constituírem em situações de exceção, ser realizados a partir de critérios claros de desempenho e desenvolvimento profissional, enfocando o indivíduo e suas características pessoais e particulares.

A visão do Instituto Ethos está próxima disso, mas vai ainda mais longe. Para o Instituto Ethos, as demissões não devem ser utilizadas como um primeiro recurso de corte de custos e quando inevitável, devem ser feitas de forma responsável, definindo critérios específicos como facilidade de deslocalização, idade dos empregados, estado civil, existência de filhos etc. Além disso, a empresa deve fornecer os benefícios que pode para o demitido, bem como ajudar na recolocação de funcionários (ETHOS, 2016).

O planeta está em uma transição do processo demográfico único e irreversível que resultará na presença de população mais velha por toda parte. À medida que as taxas de fertilidade diminuem, a proporção de pessoas com 60 anos ou mais duplica, conforme ocorrerá entre 2007 e 2050, e seu número atual deverá mais que triplicar, chegando a dois bilhões em 2050. Na maioria dos países, o número de pessoas deve quadruplicar. As pessoas mais velhas têm sido cada vez mais vistas como contribuintes para o desenvolvimento, e suas habilidades devem ser transformadas para melhorar suas vidas e sua sociedade valendo-se de políticas e programas em todos os níveis. Hoje, 64% de todos os idosos vivem em regiões menos desenvolvidas - um número que deverá atingir 80% até 2050 (ONU, 2016).

Para o Ethos (2016), a empresa deve criar mecanismos de complementação previdenciária, para reduzir o impacto da aposentadoria no nível de renda, e estimular a participação dos aposentados em seus projetos sociais. Furtado (2006) afirma a empresa deve ter especial cuidado com os funcionários. Em caso de aposentadoria, a dignidade dessas pessoas deve ser garantida, através da criação de benefícios como suplementação salarial, fundos de pensão, planos de previdência privada, mesmo que não previstos em lei.

2.2.3.5 - Relação da empresa referente à Jornada de Trabalho

Há a tendência das empresas de utilizarem a justificativa da cooperação para estimular a comunicação e a solução de conflitos na esfera da empresa, evitando a interferência do sindicato. Tuma (1999) entende que ampliar a gestão participativa não garante a defesa dos interesses dos trabalhadores. Para ela, “aliviar os sindicatos da negociação de questões fundamentais como emprego, jornada de trabalho e salário, é tirar dos trabalhadores a possibilidade real de defesa de seus interesses”.

Oliveira (2003) relaciona as condições de trabalho à ocorrência de acidentes e doenças, listando não só riscos concretos (físicos, químicos, biológicos, ergonômicos), mas também carga, ritmo e horário de trabalho.

Para o Ethos (2016), a empresa deve ser referência nas boas práticas relacionadas à qualidade de vida e a uma jornada de trabalho equilibrada, pois, além de implementar programa de acompanhamento da sua cadeia de suprimento, tem que organizar campanhas que visam à melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e de seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo.

2.2.3.6 - Relação da empresa referente a Ações de Prevenção e Melhoria das Condições do Trabalhador e sua Família

Deve-se destacar a importância da identificação correta das situações de risco e a criação de condições adequadas para preveni-las. Chama-se a atenção, também, para o tratamento que o tema deve ter dentro do sistema de gestão da empresa. Se não for dada prioridade a essa questão, a mera implantação de programas de prevenção de acidentes, por mais sofisticados que sejam, não é condição suficiente para garantir a saúde do trabalhador. (OLIVEIRA, 2003).

Para Oliveira (2003) os próprios funcionários podem contribuir para diminuir as estatísticas de acidentes em seu benefício próprio, influenciados pela cultura da empresa na questão da segurança e trabalho.

Pesquisa constatou que a gerência, em sua maioria, não se sente comprometida com a questão, ou, quando se sente, não recebe apoio dos níveis superiores para as ações necessárias. Os gestores também analisam que, quando uma determinada condição de risco persiste por longo tempo, ela passa a ser vista como normal e aceitável. Muitas vezes, a situação de risco é mantida porque a prioridade e os recursos disponíveis estão voltados prioritariamente para as finalidades do negócio (OLIVEIRA, 2003).

Para Ethos (2016) a empresa Socialmente Responsável deve organizar campanhas que visam a melhoria da segurança e da qualidade de vida não somente dos empregados e seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo de campanhas a respeito.

2.3 - Responsabilidade Social e Cooperativas

Os princípios cooperativistas mostram que as organizações cooperativas, além de suas particularidades de assistência, têm um amplo relacionamento com a sociedade, melhoram a qualidade de vida e atuam como agentes de mudança - econômica e social - de pessoas. A condição humana e social no cooperativismo é colocada em primeiro lugar. Assim, a cooperativa se torna um forte agente social. Em razão da presença dos princípios cooperativistas, as cooperativas são organizações apoiadas pela solidariedade, pelo compromisso social e pelo desenvolvimento da sociedade em que estão inseridas (OCB 2016).

Nota-se que os princípios convergem no sentido de que as cooperativas tenham uma função social a cumprir com a comunidade, contemplando ações de gestão voltadas para ações de RS. Possuem assim, atribuições que as remetem a um comportamento socialmente responsável, de forma que as decisões tomadas em cumprimento dos princípios possam promover o bem-estar social, tanto para os cooperados e funcionários como também, para a comunidade. E o auge da função social ocorre ao assumir uma preocupação com a sociedade, na fase de integração com a comunidade, atuando diretamente no bem-estar social. Nesta etapa de ascensão de uma cooperativa, ela abrange a sociedade, envolvendo-se com o incremento de ações que beneficiem toda a comunidade (CHAVES; VIEIRA; ROCHA, 2009).

Certo e Peter (1993) consideram que a RS diz respeito a atividades destinadas a melhorar a sociedade e não apenas atender aos interesses econômicos e técnicos da organização; conforme esses autores, essa seria a visão moderna da RS, contrária à visão clássica.

Parston (1997) e Aktouf (1996) destacam que "a responsabilidade pelos resultados sociais é duradoura, ao contrário das doações de caridade feitas por muitas empresas". De acordo com os autores, as práticas administrativas estão a caminho de uma modernização.

Conforme Melo Neto e Froes (1999) as vantagens criadas para a comunidade podem ter várias avaliações, tais como, a qualidade do produto ou serviço, produzido ou prestado para o consumidor, ato que revela o respeito, como por exemplo, contratos éticos e prática de preços justos em transações com fornecedores dando ênfase à transparência da empresa. No entanto, a RS engloba um sentido mais amplo, visto de forma sistemática e abrangendo todos os grupos de relacionamento que compõem a empresa.

Na visão de governança corporativa exclusivamente direcionada para a *performance* financeira, o exercício da RS pode ser entendido, primeiramente como um custo extra para as empresas, para seus sócios e acionistas, pois são recursos que de outra maneira estariam sendo reinvestidos ou distribuídos na forma de lucros e dividendos. Portanto, a escolha de uma postura de RS parece indicar que há ganhos consideráveis para as empresas, sob a forma de fatores que agregam valor, reduzem custos e trazem aumento de competitividade, como a melhoria da imagem institucional, criação de um ambiente interno e externo favorável, estímulos adicionais para melhoria e inovações nos processos de produção, incremento na demanda por produtos, serviços e marcas, ganho de participação de mercados e diminuição de instabilidade institucional e política locais, entre outros (BNDES, 2001).

Ressalta-se que as sociedades cooperativas e as sociedades mercantis possuem características próprias que as tornam diferentes, apesar do contexto de mercado atual. Veiga e Fonseca (2001) apresentam entre as várias diferenças existentes, algumas mais relevantes para esta pesquisa, dentre elas, menciona-se que em uma sociedade cooperativa a gestão funciona democraticamente e em uma sociedade mercantil de forma hierárquica. Numa cooperativa o principal objetivo é prestar serviços aos seus membros, enquanto que numa sociedade comercial o lucro é o objetivo principal.

Percebe-se que a diferença mais significativa encontra-se no compromisso, pois, o compromisso de uma cooperativa é educativo, social e econômico, provindos de seus princípios e de outra forma, o compromisso de uma organização mercantil é puramente econômico (VEIGA; FONSECA, 2001).

Jones e Murrell (2001, p. 63) sustentam que a relação entre ações de RS e *performance* financeira “é em essência inconclusiva, pois, dependendo do contexto, evidentemente existirão correlações positivas e negativas entre o investimento em ações de RS e a *performance* financeira”.

Melo Neto e Froes (2001) orientam que as ações de RS podem ser direcionadas basicamente para ações internas e externas. As ações internas são direcionadas ao PI,

objetivando motivar seus funcionários e dependentes, para um bom desempenho, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem estar. Já as ações externas, por sua vez, são dirigidas aos clientes, fornecedores, meio ambiente e à comunidade em geral. Vale, portanto, a definição de uma estratégia e uma boa gestão do processo para que, tanto a RSI como a RSE possam agregar valor à empresa.

Barroso (2003) entende que a RS pode ser uma forma inovadora de superar os problemas sociais atuais, não substituindo o movimento cooperativo, mas apresentando uma nova abordagem e agregando valor. Schneider (1999) refere-se aos valores, como padrões ou critérios para determinar o que deve ser considerado aceito para o cooperativismo, resultando no fortalecimento do próprio cooperativismo e seus princípios.

Conforme Schneider (2014), as cooperativas são importantes instâncias de inclusão social nas comunidades e regiões em que atuam. Apesar disto, não é possível utilizar-se do cooperativismo como meio de inclusão social sem que seja conhecida sua filosofia e seu funcionamento. As cooperativas não possuem o poder para solucionar os problemas sociais, mas sem dúvida são norteadas por princípios e valores que possibilitam o seu funcionamento, movimento este baseado em solidariedade. Por isto o cooperativismo tem um apreço tão grande por um dos seus princípios mais importantes, que é a educação, pois é este princípio que nos proporciona conhecer os demais, bem como os valores cooperativos. Quanto mais eles estiverem presentes nos processos cooperativos, tanto mais se poderá contribuir para promover a inclusão social. Por essa razão as cooperativas são consideradas importantes indutoras de inclusão social. Schneider (2014) afirma que podem ser apresentadas algumas razões para tanto, expressas no quadro 11:

Quadro 11 - Razões pelas quais as Cooperativas são consideradas indutoras de inclusão social.

As cooperativas são organizações de pessoas livres e conscientes, que se organizam e mobilizam para a realização grupal, coletiva de um objetivo ou finalidade, que de forma individual não chegariam a realizar. Enquanto isto, as empresas capitalista s, expressões lidimas do individualismo, necessitam de capital para constituir-se como empresas;
Quando estruturadas em organizações pequenas e médias há um alto nível de confiança recíproca, que pode fortalecer processos de sinergia em prol de ações comuns. A confiança e a transparência recíproca são fundamentais para consolidar os processos participativos e decisórios, em prol de empreendimentos solidários e autogestionados;
O poder político e econômico é socializado, no lugar em que todos os associados são desafiados a participar, a escolher corretamente seus dirigentes, a decidir coletivamente em prol do bem comum do grupo. Sendo a cooperativa simultaneamente uma “associação de pessoas” e uma “empresa”, os associados são convidados a captarem cada vez mais e melhor quais as necessidades e as dinâmicas internas próprias e específicas de cada uma das duas dimensões. Isto requer uma consciência da complexidade das interações ao nível de associação, como também, ao nível de empresa. Ser um associado ativo, consciente e responsável nas suas decisões e escolhas, requer dele uma percepção das vantagens das ações coletivas e, por outro lado, uma razoável cultura

administrativa, para gerir, administrar e decidir corretamente em prol da entidade na sua dimensão de “empresa”;
--

Enquanto no sistema capitalista se manifesta a apropriação privada ou individual dos resultados e se socializam os prejuízos, nas organizações cooperativas há uma justa descentralização e distribuição dos resultados. No cooperativismo se divide a riqueza que foi gerada, de forma proporcional e igual à contribuição efetiva de cada associado na produção do resultado coletivo;
--

Através de uma clara vontade política manifestada coletivamente e grupalmente, as cooperativas conseguem viabilizar formas ágeis de boas parcerias com os poderes públicos municipais e federal na consecução de seus objetivos comuns. As cooperativas podem passar a ser muito bons interlocutores entre as bases populares e os poderes públicos.
--

Fonte: Elaborado a partir de Schneider (2014, p 257-258).

De acordo com pesquisa realizada pela empresa de consultoria KPMG (2011), 95% das 250 maiores empresas mundiais emitem relatórios sobre suas atividades de responsabilidade corporativa. As organizações europeias, tradicionalmente, são as que mais reportam suas atividades e, ainda de acordo com os dados da pesquisa, 71% das empresas europeias investigadas reportam suas práticas de RS. Na América Latina e América do Norte, essa proporção é de 69%, na África e Oriente Médio é de 61%, e na região da Ásia-Pacífico, 49%. Destacam-se ainda os números evidenciados no Brasil, onde 88% das empresas estudadas divulgam dados sobre responsabilidade corporativa para os mercados (BARAKAT, p. 8, 2013).

Alguns dirigentes cooperativos afirmam que as organizações cooperativas só podem atuar socialmente depois de terem sucesso econômico. Porém, ao mesmo tempo, para terem este resultado se obrigam a realizar investimentos sociais para promover os seus valores e princípios, que estão alinhados a questões de participação, poder e desenvolvimento, além de capacitação de seus associados. No entanto, isso não tem restringido a expansão do movimento cooperativista e seu reconhecimento. Ao promover investimentos sociais, as organizações cooperativas, além de desenvolverem a capacidade para enfrentar mudanças, contribuem com o crescimento da comunidade em que estão inseridas. No entanto, essas transformações na qualidade de vida também resultam da própria ação dos cidadãos beneficiários, que se transformam em verdadeiros atores no processo de desenvolvimento, participando desde a idealização até a avaliação, incluindo a decisão, o planejamento, a execução e o controle dos projetos e processos de desenvolvimento. Por isso, quando se investe no desenvolvimento da participação e da capacitação dos cidadãos, estaria sendo promovido também, paralelamente, o desenvolvimento local, porque seriam capacitados aqueles que modificariam as condições de vida e sua situação, preparando-os para agir ativamente na sua realidade, podendo utilizar para isso a própria cooperativa (BARAKAT, 2013).

A RS para com a comunidade não é algo novo para as cooperativas, de fato, elas foram criadas para resolver algumas reclamações e problemas comuns de um grupo de

peessoas, sempre foram baseadas na comunidade que as criou. Melo Neto e Froes (2001) compreendem a RS como uma forma das organizações prestarem conta com a sociedade, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos.

Chaves, Vieira e Rocha (2009) afirmam que existem maneiras de beneficiar a qualidade de vida da sociedade e ratificar o compromisso social da empresa com a sociedade. Estas podem ser realizadas em empreendimentos pedagógicos e no apoio das organizações na efetivação de investimentos educacionais. As cooperativas propiciam educação e treinamento para os cooperados, diretores, gerentes e funcionários, conforme um de seus princípios, contribuindo de fato para sua evolução. Portanto o termo educação cooperativista não se restringe apenas ao ensinamento dos conceitos cooperativistas. Para ascender os princípios doutrinários do cooperativismo é necessário aumentar o grau de conhecimento dos cooperados, funcionários e sociedade. As empresas socialmente responsáveis possuem obrigações que podem ser consideradas próximas aos princípios cooperativos, distintos pela educação cooperativista apenas no caráter doutrinário.

2.3.1. Articulação entre os Princípios cooperativistas e os Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos

O Quadro 12 apresenta a ligação entre os princípios cooperativistas - estruturados e adaptados no decorrer da evolução da doutrina que lhe dá suporte e da prática das empresas que se filiam a eles - e os indicadores de RS elaborados pelo Instituto Ethos (ETHOS, 2016).

Na primeira coluna estão os princípios numerados de 1 a 7 e na segunda os indicadores de RS com numeração correspondente aos princípios apresentados na primeira coluna.

Quadro 12 - Articulação dos Princípios Cooperativistas com Indicadores de RS do Instituto Ethos.

Princípios do Cooperativismo	Indicadores de Responsabilidade Social - Instituto Ethos
1 - Adesão Voluntária e Livre (sem discriminação social, racial, política ou religiosa e de gênero)	1 - Compromissos Éticos; 1 - Valorização da Diversidade; 1 - Compromisso com a Não discriminação e promoção da Equidade Racial; 1 - Compromisso com a promoção da equidade de gênero;
2 - Gestão Democrática (controladas pelos seus membros, participam na formulação das políticas e na tomada de decisões, têm igual direito de voto (um membro, um voto)).	2 - Relação com os Sindicatos; 2 - Gestão Participativa; 2 - Política de remuneração, benefícios e carreira; 2 - Balanço Social; 2 - Preparação para aposentadoria;

	<ul style="list-style-type: none"> 2 - Relação com os trabalhadores terceirizados; 2 - Comportamento nas demissões; 2 - Práticas anticorrupção e antipropina; 2 - Contribuição para campanhas políticas;
<p>3 - Participação econômica dos cooperados (contribuem igualmente para o capital das suas cooperativas destinam os excedentes a uma ou mais das seguintes finalidades: desenvolvimento da cooperativa, possibilitando a formação de reservas ou retorno aos associados)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 3 - Enraizamento na Cultura Organizacional 3 - Diálogo e Engajamento das partes interessadas; 3 - Minimização da entrada e saídas de materiais;
<p>4 - Autonomia e independência (concebida pela conjugação de esforços do quadro social e molda-se pela autogestão, o sucesso ou o insucesso do empreendimento afetam unicamente associados e em razão da gestão ser exclusividade dos associados, não se cogita de influência externa, especialmente para assegurar privilégios em detrimento da coletividade de cooperados)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 4 - Governança Corporativa; 4 - Critérios de avaliação e seleção de fornecedores; 4 - Excelência no atendimento;
<p>5 - Educação, formação e informação (as cooperativas promovem educação, formação e informação entre os diferentes públicos internos e a conscientização do público em geral, incluindo os setores oficiais implicados, sobre as especificidades e os apelos do cooperativismo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 5 - Compromisso com o futuro das Crianças; 5 - Compromisso com o Desenvolvimento Infantil; 5 - Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; 5 - Educação e conscientização ambiental; 5 - Relações com organizações locais; 5 - Compromisso com a melhoria da qualidade ambiental; 5 - Gerenciamento dos impactos sobre o meio ambiente e o ciclo de vida dos produtos e serviços; 5 - Sustentabilidade da economia florestal; 5 - Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços;
<p>6 – Intercooperação (Cooperação entre cooperativas, servem de forma mais eficaz aos seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 6 - Relações com a concorrência; 6 - Apoio ao desenvolvimento de fornecedores;
<p>7 - Interesse pela comunidade (As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 7 - Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho; 7 - Política de comunicação social; 7 - Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno; 7 - Envolvimento com a ação social; 7 - Liderança e influencia social; 7 - Participação de projetos sociais governamentais; 7 - Trabalho infantil na cadeia produtiva; 7 - Trabalho forçado; 7 - Construção da cidadania pelas empresas;

Fonte: Elaborado a partir de OCB (2016), Ethos (2016) e Portal do Cooperativismo Financeiro (2016).

Percebe-se que os princípios cooperativistas estão presentes nos indicadores de RS do Instituto Ethos. A RS está diretamente ligada à preocupação com a melhoria da comunidade e

um dos princípios que apresenta forte compatibilidade é dado pelo modelo da educação, formação e informação, pois busca a conduta ética em suas ações e tomadas de decisão. O princípio cooperativista que gira em torno do interesse pela comunidade é consistente, pois é nele que a cooperativa mantém o foco, desenvolve benefícios na região na qual está instalada, busca não só a melhoria da situação econômica dos cooperados, mas todo o desenvolvimento da comunidade, preocupando-se com a repercussão de suas atividades.

Pode-se apreender que os indicadores apresentam uma ligação com o princípio da participação econômica dos associados, pelo fato de que é dada atenção à dinamização dos recursos investidos na organização.

2.4. – Investigações sobre Responsabilidade Social e Cooperativas

Nos últimos anos alguns dos trabalhos que têm sido desenvolvidos sobre RS e Cooperativas foram objeto de atenção para o desenvolvimento da presente investigação, dado o foco dos mesmos, justificando o recorte pretendido pela presente investigação.

Paz e Froemming (2006) buscaram identificar, na cooperativa que estudaram, a presença de uma postura de responsabilidade social ou a preocupação maior ligada à geração de lucro e ao desenvolvimento comercial e avaliaram os possíveis reflexos desse posicionamento sobre os cooperados.

Há um paradoxo entre ser socialmente responsável e a gestão econômica, sendo esta última o fator principal de atuação das empresas. Se as cooperativas não se identificam neste contexto social, isso se reflete diretamente na vida do produtor associado. O aumento da produtividade agrícola e a conquista de novos mercados estão acima de atividades voltadas a melhoria da comunidade em que estão inseridas. Esses aspectos são importantes, mas não devem ser únicos (PAZ; FROEMMING, 2006, p. 6).

Lazzareschi, Alves e Bonelli (2016) tiveram como objetivo apresentar um conjunto de reflexões sobre a ética no mundo empresarial, tomando como um dos pilares fundamentais para garantir o desenvolvimento de ações de responsabilidade social, as reivindicações da sociedade moderna.

A busca pela sustentabilidade não só responde à necessidade de preservar a diversidade biológica para manter o equilíbrio ecológico do planeta, mas também de valorizar a diversidade étnica e cultural da espécie humana e fomentar diferentes formas de manejo produtivo da biodiversidade em harmonia com a natureza, tendo como base fundamental o fator ético (LAZZARESCHI; ALVES; BONELLI, 2016, p. 9).

Stefano e Alberton (2015) analisaram a relação de competências voltadas à sustentabilidade de quatro cooperativas agroindustriais envolvidas com a sustentabilidade.

A sobrevivência a longo prazo considera a valorização da reputação, de consumo e de proteção ambiental, de outras organizações não governamentais e comunidades da linha de frente. A sociedade exige comportamentos mais responsáveis e transparentes e as práticas de sustentabilidade devem estar integradas à governança global de uma empresa (STEFANO; ALBERTON, 2015 p. 7).

O artigo de Noriler e Machado (2008) buscou revelar como está a condução da responsabilidade social corporativa em uma cooperativa de crédito. Como fonte de coleta de dados - além da observação dos pesquisadores - fez-se uso de um questionário estruturado baseado no Instituto Ethos. Concluíram que há a existência de compromissos éticos através da preocupação ética nas ações e nos negócios da cooperativa. Segundo os autores, a cooperativa consegue identificar plenamente os seus valores e princípios, porém perante o público interno é que mais necessita de melhorias. São indicados alguns quesitos: tornar os planos de cargos e salários transparentes, implantar campanha regular de conscientização das condições de trabalho, implantar pesquisa de nível de motivação e satisfação dos funcionários para melhorar a qualidade de vida e a produtividade e implantar programa de recolocação de funcionário no mercado de trabalho.

Queiroz (2009) analisou a política de diversidade em duas empresas mineiras, filiadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, verificando a percepção dos trabalhadores, dos gestores de pessoas e dos sindicalistas. Foram realizadas entrevistas com gerentes de primeiro nível nas áreas de Recursos Humanos das empresas e com os representantes dos respectivos sindicatos. Além disso, foram aplicados questionários fechados a trezentos e dezesseis funcionários. Os questionários fechados aplicados para os trabalhadores foram construídos a partir dos indicadores do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, no que diz respeito à diversidade, e os dados fornecidos sofreram processamento estatístico. Os resultados permitem apontar que as duas empresas estão se esforçando no sentido de valorizar a diversidade no seu ambiente de trabalho. Entretanto, apesar desse esforço, percebe-se que as duas empresas não divulgam as suas normas que proíbem práticas discriminatórias, como também não possuem um canal aberto para receber denúncia contra discriminação, assédio moral e assédio sexual.

O objetivo do trabalho de Chaves (2009) foi compreender as ações que resultam do Projeto de Responsabilidade Social desenvolvido por uma cooperativa, observando a condição das ações como responsabilidade social ou obrigações cooperativistas. Foram realizadas entrevistas com os atores envolvidos com o projeto social da cooperativa, buscando compreender, na visão dos atores, que pressupostos guiam e produzem sentido no discurso sobre a responsabilidade social, estabelecendo uma relação entre esse discurso e os princípios

que guiam as discussões sobre o cooperativismo. Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, com questões formuladas previamente e outras organizadas de acordo com o surgimento dos fatos durante o processo de investigação. Analisando os dados coletados da pesquisa, descobriu-se que, quando as cooperativas implementam um projeto de responsabilidade social, deixam de fortalecer o próprio cooperativismo, e que a responsabilidade social está intimamente ligada a um contexto empresarial, com o intuito de dirimir os problemas sociais. Os resultados da pesquisa demonstram que o projeto de responsabilidade social desenvolvido nesse estudo de caso fere os princípios cooperativistas. Analisando os dados e informações coletadas nesta pesquisa e os confrontando com a teoria pertinente sobre a responsabilidade social e o cooperativismo, percebe-se que, quando as cooperativas desenvolvem um projeto de responsabilidade social, a cooperativa cria condições para a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos em sociedade. No entanto, ao programarem projetos de responsabilidade social, as organizações cooperativas deixam de fortalecer o cooperativismo por considerar mais importantes as práticas que são utilizadas, em grande parte, pelas empresas capitalistas.

Cançado, Silva Júnior e Rigo (2008) defendem que o Princípio Preocupação com a Comunidade (que é, geralmente, entendido como Responsabilidade Social para Cooperativas) apresenta importantes diferenças em relação à responsabilidade social praticada pelas empresas mercantis. Estas diferenças se iniciam com os motivos que levam às ações, passam pelo processo decisório relativo a elas e culmina com a natureza dos objetivos das ações em relação às próprias organizações. Para realizar esta diferenciação utilizaram como alicerce a Teoria da Dívida para entender os propósitos da aplicação prática do Princípio da Preocupação com a Comunidade pelas organizações cooperativas. O propósito deste trabalho foi defender que o Princípio da Preocupação com a Comunidade, geralmente confundido com a Responsabilidade Social para Cooperativas, é fundamentalmente diferente da responsabilidade social praticada pelas empresas mercantis. Assim, da comparação entre o conceito de Preocupação com a Comunidade dentre os princípios cooperativistas e o de Responsabilidade Social é apontado que esta diferença se baseia nas seguintes considerações:

- a) As ações de responsabilidade social se fundamentam primordialmente no aumento do capital reputacional das empresas no mercado competitivo e globalizado, já a Preocupação com a Comunidade reside numa das razões de existir da cooperativa. Uma “questão de princípio” por assim dizer.

- b) As ações de responsabilidade social podem ser mais “fluidas” e amplas, focar projetos e públicos diferentes a depender as estratégias organizacionais para melhorar a imagem da organização no mercado e fidelizar clientes. Já a Preocupação com a Comunidade tipicamente foca o quadro de associados o que possibilita visualizar o retorno para os mesmos e conseqüentemente para a própria cooperativa.

- c) As ações de Responsabilidade Social, independente da dimensão, se fundamentam na instrumentalidade. Já a Preocupação com a Comunidade está mais estreitamente relacionada à dádiva.

Cardoso e Nicoletti (2007) destacam o cooperativismo de crédito em Blumenau e região, em especial os aspectos de responsabilidade social promovidos pelas cooperativas, com ênfase no caso da BLUCREDI – Cooperativa de Economia e de Crédito Mútuo dos Servidores Públicos do Vale do Itajaí, especialmente para constatar a efetividade entre teoria e prática das ações sociais. Para tanto, buscaram comparar as ações de responsabilidade da BLUCREDI com as de empresas destacadas por suas ações na região de Blumenau. Com o presente estudo constatou-se que a BLUCREDI vem promovendo ações de cunho social de forma isolada e aleatória, necessitando se organizar através da elaboração tanto de um Balanço Social como de um Código de Ética.

Serra, Ferreira e Teixeira (2008) analisaram como a responsabilidade social e ambiental se inserem na estratégia da Cooperativa Cocamar – Cooperativa Agroindustrial de Maringá. O estudo do caso apoiou-se em dados primários e secundários, em particular em entrevistas com os funcionários da Cooperativa Cocamar diretamente envolvidos nos programas de responsabilidade social e ambiental. A questão que orientou a investigação foi: como a responsabilidade social e ambiental está inserida na estratégia das cooperativas? Uma das principais implicações teóricas deste artigo é a de procurar relacionar os fundamentos ligados aos princípios de uma cooperativa, a uma necessidade de coerência em relação aos aspectos sociais e ambientais, inclusive como elementos fundamentais a serem considerados na formulação e na gestão da estratégia. Para os gestores, este estudo demonstra como a responsabilidade social e ambiental é fundamental à longevidade, reputação e para a capacidade de competir face às crescentes exigências governamentais e da população.

Os resultados empíricos relatados contribuirão, juntamente com a revisão teórico-conceitual, para a condução da presente dissertação.

3 METODOLOGIA

De acordo com Turrioni e Mello (2012) a revisão da literatura identifica as lacunas nas quais podem existir problemas a serem solucionados, promovendo a pesquisa participativa entre pesquisadores e profissionais. A definição da estrutura conceitual-teórica é realizada após o diagnóstico e a definição do problema organizacional a ser solucionado.

Nesta dissertação, a metodologia foi utilizada de forma a obter subsídios para identificar a RSI da Cooperativa de Crédito a partir da ótica dos funcionários, incluindo os que exercem cargos de gestão.

Conforme Goldenberg (2000, p.13) “a pesquisa científica exige criatividade, disciplina, organização e modéstia, baseando-se no confronto permanente entre o possível e o impossível, entre o conhecimento e a ignorância”.

Para Cervo e Bervian (1996, p.44) “a pesquisa é uma atividade voltada para a solução de problemas, através do emprego de processos científicos”.

Marconi e Lakatos (1999, p.16) definem a pesquisa “como uma atividade voltada à busca de respostas e à solução de problemas para questões propostas, através da utilização de métodos científicos”.

Conforme Miguel (2007), em geral, todos os tipos de pesquisa estão presentes na metodologia da pesquisa científica em engenharia de produção.

3.1 - Tipologia da Pesquisa

É possível classificar uma pesquisa, em conformidade com Turrioni e Mello (2012), Martins, 2010) e Berto e Nakano (2000), quanto aos objetivos, como exploratória e descritiva; com abordagem qualitativa, quando não se estabelece relação causal entre as variáveis; de natureza aplicada; e, quanto ao levantamento de dados e informações, aplicam-se no caso em questão: bibliográfica, documental e pesquisa de campo.

Tomando-se a caracterização de Turrioni e Mello (2012) da pesquisa exploratória como aquela que busca maior familiaridade com o problema e a descritiva, como a que visa descrever as características de determinado fenômeno e envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta dados e observação sistemática, pode-se classificar a desenvolvida no presente trabalho como exploratória e descritiva. Ao mesmo tempo em que se procura

identificar maior familiaridade com a proximidade entre cooperativas e posturas de responsabilidade social, são descritas as práticas de Responsabilidade Social Interna presentes em uma Cooperativa de Crédito, sob a ótica de seus funcionários.

Para a realização desta pesquisa optou-se pela pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos, experiência pessoal, introspecção, história de vida, entrevista, artefatos, textos e produções culturais, textos observacionais, históricos, interativos e visuais, que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos da vida dos indivíduos (ROMAN; MARCHI; ERDMANN, 2013).

Segundo Turrioni e Mello (2012), a pesquisa qualitativa considera que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. O pesquisador é o instrumento-chave. Portanto, dessa perspectiva, trata-se, aqui, de pesquisa qualitativa que, no entanto, utiliza tratamento não apenas qualitativo, mas também quantitativo dos dados levantados.

A pesquisa aplicada se caracteriza, segundo Turrioni e Mello (2012), pelo fato de seus resultados poderem ser de imediato aplicados na solução de problemas. No caso em questão se trata de identificação e aplicação de ações de responsabilidade social em uma cooperativa específica.

Para Berto e Nakano (2000) dá-se o nome de Estudo de campo aos métodos ou tipos de pesquisa (principalmente de enfoque qualitativo), em que há a presença de dados de campo, sem estruturação formal do método de pesquisa, postura utilizada na presente investigação.

3.2 – O Universo Pesquisado e a seleção da amostra

Cabe esclarecer que, rigorosamente, a pesquisa que foi proposta para ser desenvolvida em uma cooperativa de crédito, poderia, em princípio, ser realizada em empresa de outro ramo cooperativista.

A Cooperativa de Crédito selecionada figurou, durante cinco anos, na lista das melhores empresas para se estagiar no estado de São Paulo, o que a referendou como local adequado para uma investigação sobre Responsabilidade Social para com seu Público Interno.

A investigação foi desenvolvida na matriz, unidade sede de uma cooperativa de crédito, que foi selecionada pelo seu desempenho no conjunto de empresas cooperativas e pela possibilidade de acesso do pesquisador à investigação.

Dada a vinculação do pesquisador como analista de riscos e limites de crédito nessa cooperativa, foi dado consentimento para a realização da investigação, em conformidade com os objetivos propostos, valendo-se de documentação da empresa e por meio de observação direta e indireta.

Por razão de sigilo não constam deste trabalho nem o nome nem a indicação precisa da localização da unidade estudada.

A observação indireta foi realizada através da aplicação de questionário (Apêndice A). Anteriormente à seleção da amostra, foi realizada aplicação piloto com 10 funcionários. A partir das observações decorrentes dos resultados dessa aplicação, que indicou dificuldades de alguns funcionários na compreensão de termos presentes no questionário, foram feitas alterações no instrumento inicialmente proposto, incluindo a exclusão de algumas questões, no sentido de reduzir o tempo de aplicação.

A amostra foi selecionada de forma aleatória, por meio de convite aos participantes que se dispuseram a responder o questionário, reunidos em grupos, em espaço próximo ao local de exercício de suas atividades.

A amostra foi composta por 141 empregados alocados na matriz: 9 ocupando cargos de gestão e os demais 132 ocupando cargos diversos. Dez gerentes alocados na matriz foram convidados para participarem da pesquisa e nove participaram. Não foram incluídos aprendizes e estagiários.

3.3 - Procedimentos e instrumento para a coleta e tratamento de dados e informações

Para Turrioni e Mello (2012) para elaborar um questionário deve-se se atentar às normas precisas, a fim de aumentar a sua eficiência e até mesmo validade. Além disso, deve ser limitado em extensão e em finalidade, pois se for muito longo, causará fadiga e desinteresse para a pessoa que responde; ao mesmo passo, se for curto demais, haverá o risco de não oferecer informações suficientes que se precisa para alcance dos objetivos da pesquisa.

O aspecto material e até mesmo a estética do instrumento utilizado, caso do questionário, devem ser observadas com atenção, principalmente: ao tamanho, facilidade de manipulação, espaço suficiente para as respostas, a disposição dos itens, entre outros, isso tudo para facilitar a computação dos dados (TURRIONI; MELLO, 2012).

Segundo Yin (2001, p. 132) “[...] uma das maneiras mais bem-sucedidas para a realização da análise é tornar os dados do estudo de caso, propícios à análise estatística – atribuindo valores numéricos aos eventos, por exemplo”. Na presente investigação pôde-se aplicar essa recomendação à pesquisa de campo desenvolvida.

Desde 2000, o Instituto Ethos elabora os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, na forma de um questionário, para apoiar as empresas em um processo de autoavaliação, com o objetivo de melhorar a sua atuação no que diz respeito à RS. Os Indicadores abrangem vários *stakeholders*, como consumidores, fornecedores, acionistas e Governo; dentre eles está o Público Interno, utilizado como referência neste trabalho. As próprias empresas que preenchem esse questionário com o objetivo de avaliar o estágio de RS em que se encontram, sem qualquer finalidade de premiação ou divulgação, consideram que sua atuação com o PI é uma das piores, em comparação com a atuação em relação aos demais *stakeholders* (ETHOS,2016), o que reforça o interesse pela investigação com essa categoria de *stakeholders*.

Os Indicadores do Instituto Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis - versão 2014 foram elaborados para todos os tipos de empresas e negócios. Optou-se por não utilizar o questionário do Instituto Ethos (Anexo A), em sua totalidade, sendo retirado temas como questões relativas ao consumidor, envolvimento com a comunidade e seu desenvolvimento, tendo em vista contexto e objetivos da pesquisa. Portanto, para a pesquisa tratada nesta dissertação, foram feitas adaptações, visando sua aplicação na cooperativa de crédito.

As afirmações foram agrupadas em seis blocos, de A1 a A6 e introduzidas afirmações agrupadas no bloco 7, estruturadas pelo autor, buscando comparar a atuação de instituições financeiras com a de cooperativas de crédito.

O questionário original possui divisões em blocos de temas e subtemas chamados de estágios e as afirmações apenas com as alternativas “sim” e “não”. Visando sua aplicação na cooperativa de crédito, foram modificados e agrupados alguns blocos. Foi apresentada a escala de 0 a 5, sendo 0 para “não” e de 1 a 5 de menor para maior concordância e também as opções de não saber “NS” e a de não querer responder “NQR” com o objetivo de utilização de métodos estatísticos.

Dado que o objetivo geral desta dissertação é “Identificar e caracterizar as práticas de Responsabilidade Social Interna presentes em uma Cooperativa de Crédito, sob a ótica de seus funcionários”, o questionário foi estruturado com o intuito de atingir o objetivo proposto e aplicado a funcionários que ocupam cargos diversos, dentre os quais de gerentes.

O questionário contém 64 afirmações, dirigidas aos funcionários que, posteriormente à aplicação, foram diferenciados por gênero, idade e maior nível de instrução.

As afirmações foram reunidas em 7 blocos, abrangendo: 1) relações sindicais; 2) remuneração e benefícios; 3) compromisso com o desenvolvimento profissional; 4) comportamento frente a demissões e empregabilidade; 5) saúde, segurança no trabalho, condições de trabalho; 6) qualidade de vida e 7) jornada de trabalho.

A aplicação do questionário, autorizada pela direção da cooperativa, foi realizada com os funcionários, reunidos em grupos, ficando a cargo de o pesquisador responsável explicar os motivos da pesquisa e esclarecer sobre a livre adesão de participação e a garantia de não identificação do respondente. Foi ainda esclarecida a forma de preenchimento do questionário e a não obrigatoriedade de indicação de todas as alternativas.

Nas instruções, após o questionário em mãos dos respondentes, foi explicada a sistemática de preenchimento, também expressa em cada questionário: Assinalar: 0 para Não, 1 a 5 para Sim, sendo 1 a de menor concordância e 5 de maior concordância. No caso de não ter informação ou Não Saber (assinalar NS) ou no caso de preferir Não Querer Responder (assinalar NQR), no caso de aceitar, também poderá não assinalar alguma(s) afirmação(ões). Esse levantamento foi feito no mês de março de 2017.

3.3.1 - Tratamento e Análise de Dados

Os dados coletados foram analisados qualitativa e quantitativamente, de forma a identificar as práticas de RS presentes na cooperativa de crédito no tratamento de seu PI e sob a ótica de funcionários que ocupam diversos cargos, com diferenciação dos gerentes.

Foi solicitado o registro para cada alternativa, consideradas as instruções na escolha delas

Na tabulação foi considerada a quantidade de respostas em cada categoria - de 0 a 5, NS para indicar não sabe ou no caso de preferir Não Querer Responder, (NQR).

Para início da análise dos dados utilizou-se a estatística descritiva, área de estatística que apresenta métodos para organizar, resumir, comparar e descrever dados por meio de tabelas, gráficos e medidas de resumo e, para isso, foi utilizado o *Software Minitab®* v. 17.

Ainda com o auxílio do *Software Minitab®* v. 17 realizou-se o teste ANOVA (Análise de Variância), para comparar médias amostrais em função de categorias. Conforme Vieira (2016), a análise de variância (ANOVA) é um método estatístico que permite identificar diferenças entre médias de duas ou mais amostras.

Os dados e as informações obtidos foram avaliados à luz da bibliografia sobre cooperativismo e Responsabilidade Social.

4 RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO DA PERSPECTIVA DE SEUS FUNCIONÁRIOS

Esta seção reúne dados e informações sobre a cooperativa, coletadas em documentos, através de depoimentos de funcionários e os resultados do questionário aplicado sobre indicadores de responsabilidade social, da perspectiva de seus funcionários. Está apresentada em 4 sub seções: 1) características evolutivas da cooperativa, incluindo modificações decorrentes da “flexibilização” de sua atuação e dos critérios utilizados para a admissão de associados; 2) programas mantidos para o público interno da empresa voltados à saúde e ao bem estar de seus empregados; 3) análise descritiva dos resultados da aplicação do questionário (Apêndice A), considerando distribuição dos funcionários por gênero, faixa etária e maior nível de instrução; 4) Análise e discussão dos resultados da aplicação do questionário (Apêndice A), relativos à perspectiva dos funcionários sobre Responsabilidade Social Interna da empresa.

Os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário foram examinados, categorizados e classificados em quadros, gráficos e tabelas. Foram utilizadas técnicas quantitativas (ANOVA) para tabulação dos dados levantados e também foram desenvolvidas análises comparativas dos resultados, tendo em vista as proposições iniciais apresentadas na presente dissertação.

4.1 Perfil recente da cooperativa e principais mudanças decorrentes da “flexibilização” de sua atuação e admissão de associados.

Com 34 anos de existência, a cooperativa de crédito abriga além da matriz - unidade objeto da investigação, mais 58 filiais. Abrange ampla área de atuação, com mais de 150 municípios no estado de São Paulo e no Sul de Minas Gerais.

A cooperativa apresenta a visão de “Ser a excelência no atendimento, com sustentabilidade” e a missão de “Atender aos objetivos financeiros dos cooperados com qualidade, agilidade e melhor gestão dos recursos, participando do desenvolvimento da comunidade” (SICOOB, 2016).

Dentre suas características cumpre destacar que essa cooperativa foi eleita, por dois anos consecutivos, uma das 150 melhores empresas para se trabalhar no país, de acordo com levantamento realizado pelo Guia Você S/A EXAME⁵.

Além desse prêmio, a Cooperativa de Crédito também figurou, durante cinco anos, na lista das melhores empresas para se estagiar no estado de São Paulo, segundo pesquisa coordenada pelo Centro de Integração Empresa-Escola, Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística Inteligência e Associação Brasileira de Recursos Humanos (EXAME, 2016).

Segundo dados de 2017 a Cooperativa conta com 75.000 cooperados e 795 funcionários distribuídos entre a matriz e as 58 filiais.

Conforme resultados da pesquisa de campo, a equipe de funcionários é predominantemente jovem e com alto grau de instrução: quase 80% têm menos de 40 anos de idade e 76% têm curso superior completo (CLIC, 2017). Assim sendo, a cooperativa selecionada e o perfil dos funcionários nela presentes evidenciam a possibilidade de realização da investigação proposta, relativa à identificação de indicadores de Responsabilidade Social, a partir da ótica dos funcionários.

Quando de sua fundação, em município do interior do estado de São Paulo, na década de 1980, a cooperativa que deu origem à unidade de crédito investigada, era uma cooperativa agrícola, que reunia citricultores.

A partir de incorporações e ampliações de mercado, essa cooperativa agrícola sentiu a necessidade de um braço financeiro, dado que os cooperados tinham, como uma das suas mais antigas aspirações, contar com uma estrutura própria na área de crédito, o que representava para eles tranquilidade econômica. Seria a possibilidade de ver aplicados no campo os recursos gerados no próprio campo e, além disso, em condições mais favoráveis aos citricultores, uma vez que estes seriam os próprios donos da instituição. Seria mais do que isso, a possibilidade de adquirem autonomia financeira, deixando de depender dos recursos escassos, caros e sujeitos às incertezas da economia brasileira, bastante conturbada nos anos 1970 e 1980.

Essa inspiração concretizou-se em 1983, quando, 24 produtores rurais, todos associados da cooperativa agrícola, reuniram-se na sede da cooperativa e fundaram a cooperativa de crédito. Um ano após a fundação, a diretoria recebeu ofício do Banco Central informando a aprovação do processo de constituição da nova cooperativa.

⁵ Guia VOCÊ S/A Exame - As Melhores Empresas para Você Trabalhar – pertence ao Grupo Abril e tem o objetivo de reconhecer as empresas que mais valorizam os funcionários.

Em agosto de 1986 é realizada a Assembléia Geral Extraordinária que aprova a alteração da razão social e no dia 06 de dezembro de 1988 é fundada a COCECRER (Cooperativa Central de Crédito Rural do Estado de São Paulo) para a qual um dos fundadores da cooperativa de crédito é eleito seu primeiro presidente.

Em 15 de março de 1990 o governo federal baixa uma medida provisória extinguindo o Banco Nacional de Crédito Cooperativo, privando a cooperativa de crédito dos recursos para manutenção de contas correntes dos cooperados. Após 3 meses de inatividade, a cooperativa de crédito firma convênio com o Banco do Brasil e passa novamente a movimentar conta correntes dos cooperados.

Em 1993 os funcionários da cooperativa de crédito passam a ter conta corrente na cooperativa, após a publicação da Resolução nº 1914 do Banco Central.

Em 10 de junho de 1997 é inaugurada a primeira filial da cooperativa de crédito. O plano inicial era instalar uma em cada cidade onde houvesse unidade da cooperativa agrícola.

No dia 15 de novembro de 1998 é oficializada a parceria da cooperativa de crédito com o BANCOOB – Banco Cooperativo do Brasil S/A (BANCOOB). Os cooperados passam a usufruir de todos os serviços de um banco convencional, com acesso facilitado às linhas de crédito para investimento com recursos do BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social.

Em 2001 por ser a maior cooperativa de crédito do sistema, passa a ser escolhida como cooperativa-piloto para implantação de um novo sistema computacional do BANCOOB, dando início a um novo tempo de expansão acelerada para a cooperativa de crédito.

Em 2002 tem início a instalação de filiais em prédios autônomos e fora das lojas da cooperativa agrícola, começo da fase de autonomia que cresce com maior velocidade.

No ano de 2005 a cooperativa de crédito e a cooperativa agrícola criam o Fundo de Investimento Social e Cultural (FISC) como instrumento de execução de sua política de Responsabilidade Social, que passa a receber anualmente um pequeno percentual das sobras líquidas à disposição da Assembléia Geral Ordinária (AGO)

Em 2007 a cooperativa de crédito incorpora as cooperativas Credinoel – Cooperativa de Crédito Rural dos produtores da Zona de São Manuel, e a Credinosp – Cooperativa de Crédito Rural da Região Noroeste do Estado de São Paulo e Mato Grosso do Sul – SICOOB SP.

No dia 14 de setembro de 2008 a cooperativa de crédito ocupa a posição de maior cooperativa de crédito rural da América Latina, com mais de 30.000 cooperados, 42 filiais, ativos superiores a 1.500.000 de reais e patrimônio líquido mais de 350.000.000 de reais.

E por fim, em 2015 a cooperativa de crédito torna-se cooperativa de livre admissão, podendo não apenas produtores rurais se associarem, mas toda a população.

4.2 Programas mantidos para o público interno da empresa voltados à saúde e bem estar de seus empregados

Todos os funcionários possuem benefícios na cooperativa de crédito, começando pelo salário justo, comparado com outras instituições financeiras. A empresa oferece plano de cargos e salários “para que o funcionário saiba onde poderá chegar e o que terá que fazer para chegar”. É também oferecida previdência para o funcionário planejar o seu futuro pessoal e familiar, complementando a aposentadoria. É dada participação nas sobras da cooperativa, chegando a dois salários a mais por funcionário.

Todos possuem plano médico e odontológico estendido aos familiares. Dispõem de dois clubes com piscinas, salas de jogos, academia, quiosques, para o lazer dos funcionários e seus familiares.

E sobre os critérios de admissão na cooperativa, podem associar-se todas as pessoas físicas que estejam na plenitude das suas capacidades civis, concordem com o presente Estatuto, preencham as condições nele estabelecidas e sejam residentes ou domiciliadas na área de atuação da Cooperativa.

Podem associar-se também;

I - as pessoas jurídicas regularmente constituídas, registradas nos órgãos competentes, com representação regular e com sede ou filial na área de atuação da Cooperativa, exceto as mencionadas no Artigo 6º;

II - os filhos dos associados, com idade entre um dia e até 18 anos, representados ou assistidos pelos pais ou representantes legais, aplicando-se a eles, integralmente, todos os direitos e obrigações dos demais associados, atendidas as disposições legais.

Não podem associar-se à Cooperativa as pessoas jurídicas que possam exercer concorrência com a própria Cooperativa, nem a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios bem como suas respectivas autarquias, fundações e empresas estatais dependentes.

Artigo 7º - O número de associados será ilimitado quanto ao máximo, não podendo ser inferior a 20 (vinte) pessoas físicas.

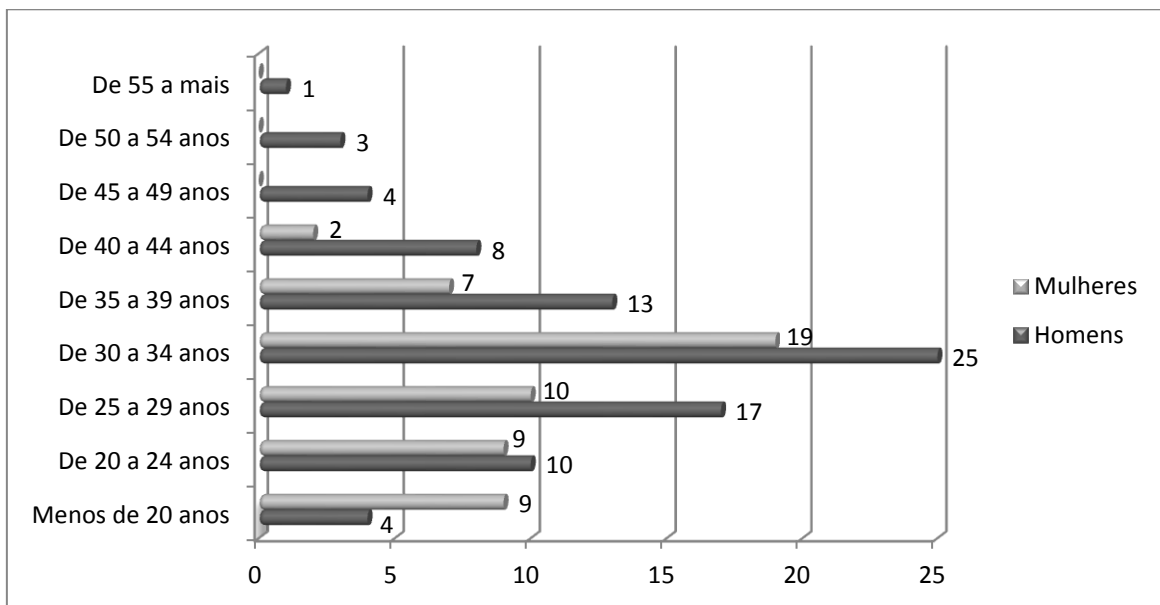
4.3 - Análise descritiva da amostra: distribuição por gênero, faixa etária e maior nível de instrução

A amostra foi composta por 141 dos 280 funcionários e 9 dos 10 gerentes da matriz, distribuídos segundo gênero, faixa etária e maior nível de instrução.

Quanto ao gênero, há predominância masculina: 85 homens para 56 mulheres.

A distribuição por faixa etária dos 85 homens e das 56 mulheres está apresentada na figura 1.

Figura 1- Distribuição da amostra por faixa etária e gênero

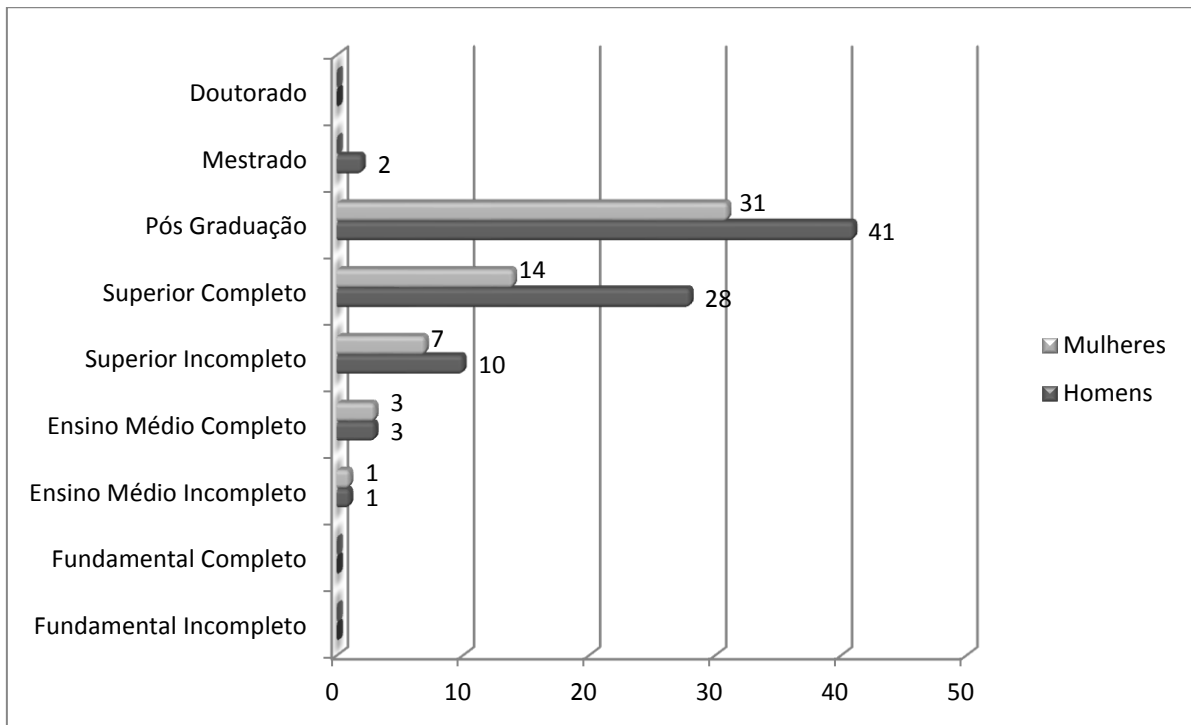


Fonte: O Autor

Verifica-se que a predominância é de jovens com idade de 25 a 34 anos, de ambos os sexos. Já os gerentes estão em uma faixa etária um pouco mais elevada, predominando na faixa de 45 a 49 anos.

A figura 2 apresenta a distribuição da amostra por nível de instrução de homens e mulheres.

Figura 2 – Distribuição da amostra por nível de instrução



Fonte: O Autor

Referente ao nível de instrução dos funcionários do sexo masculino, não foi registrado nenhum funcionário com ensino fundamental incompleto e ensino fundamental completo: todos têm formação mais alta que ensino fundamental. Um funcionário possui ensino médio incompleto, 3 ensino médio completo, 10 superior incompleto e 28 superior completo. Quarenta e um possuem pós graduação (especialização) e 2 funcionários possuem mestrado.

Com referência às mulheres, também não há registro como formação mais alta o ensino fundamental; todas apresentam formação acima do fundamental. Uma funcionária possui ensino médio incompleto, 3 ensino médio completo, 7 superior incompleto, 14 superior completo, portanto, a maioria – 31 em 56 - possuem pós graduação (especialização).

Referente aos gerentes, todos possuem pós graduação (especialização).

4.4 - Análise e discussão dos resultados relativos à Responsabilidade Social Interna

Estão apresentados resultados referentes a 7 Blocos, que compõem questionário aplicado (ANEXO A): A1: Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e relações sindicais; A2: Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios; A3: Atuação da cooperativa referente a Condições de Trabalho e Treinamento; A4: Atuação da cooperativa referente a Demissões e Aposentadorias; A5: Atuação da

cooperativa referente à Jornada de Trabalho; A6: Posição da cooperativa referente a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família e A7: Afirmações referentes à Comparação desta Cooperativa com outras Instituições Financeiras.

Conforme sistemática de preenchimento, expressa em cada questionário: os funcionários, incluídos os gerentes, foram instruídos para, diante das afirmações, assinalar: 0 para Não, 1 a 5 para Sim, sendo 1 a de menor concordância e 5 de maior concordância. No caso de não terem informação ou não saberem deveriam assinalar NS ou, no caso de preferirem não querer responder deveriam assinalar NQR.

4.4.1 - Bloco A1: Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e relações sindicais

Com vistas à superação dos riscos à violação dos Direitos Humanos, a primeira medida a ser adotada é obter-se uma compreensão exata sobre sua consistência e ocorrência e, ao mesmo tempo, adotar ações que objetivem preveni-los e/ou mitigá-los. A promoção da diversidade e da equidade é fundamental na esfera do trabalho. Portanto, mecanismos eficazes e adequados devem ser estabelecidos pela empresa com o propósito de coibir qualquer tipo de discriminação e de assegurar a diversidade em seus quadros funcionais. A preocupação com a saúde, a segurança e a qualidade de vida é um tema presente e crescente nas empresas que buscam o bem-estar dos seus empregados e de seus familiares. As relações com os sindicatos constituem direito fundamental do trabalhador, motivo por que a empresa deve assegurar a liberdade de associação e o direito à negociação coletiva (ETHOS, 2016).

Segue o resultado sobre a atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e às relações sindicais composta por oito (8) afirmações, conforme Tabela 1, que apresenta o percentual de incidência de cada afirmação:

Tabela 1 - Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e às relações sindicais
(Bloco A1 – Afirmações de 1 a 8)

N	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
1	Desenvolve programas que visam melhorias das condições de trabalho de seus empregados.	1,5	3,8	5,3	12,9	28,8	47,7	0	0
2	Participa de programas de avaliação ou premiação de suas práticas de relações de trabalho, para adaptar-se às melhores práticas do mercado.	6,1	6,1	8,3	17,4	19,7	31,1	10,6	0,8
3	É reconhecida no mercado por suas práticas de gestão de empregados, recebendo prêmios ou selos que atestam ser um dos melhores lugares para	3,8	1,5	4,5	17,4	20,5	45,5	6,8	0

	trabalhar.								
4	Permite que seus empregados afilem-se a sindicatos, sem restrições.	3,0	3,0	3,0	5,3	12,9	43,9	28,0	0,8
5	Acompanha e avalia se as obrigações com os sindicatos sempre estão em dia e são respeitadas.	2,3	1,5	3,8	5,3	15,9	39,4	31,8	0
6	Permite que sejam realizadas reuniões sindicais no local de trabalho.	1,5	2,3	4,5	6,1	13,6	49,2	22,7	0
7	Possui acordos coletivos negociados periodicamente com os sindicatos.	0	1,5	1,5	8,3	15,9	62,1	9,1	1,5
8	Mantém parcerias para cursos de capacitação ou escolarização junto a sindicatos.	10,6	3,8	6,8	7,6	8,3	25,0	35,6	2,3
TOTAL (%)		3,6	2,9	4,7	10,0	16,9	43,0	18,1	0,7

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se que 47,7% obtiveram nível de concordância total, respondendo 5, maior nível de concordância; ou seja, a percepção é de que a cooperativa desenvolve programas que visam melhorias das condições de trabalho de seus empregados. Pode-se também identificar, com relação a participar de programas de avaliação ou premiação de suas práticas de relações de trabalho, para adaptar-se às melhores práticas do mercado, 31,1%, maior nível de concordância em nível de resposta foi 5. Não obstante, 45,5% assinalaram 5 em relação à cooperativa ser reconhecida no mercado por sua prática de gestão de empregados, recebendo prêmios ou selos que atestam ser um dos melhores lugares para trabalhar.

Com relação à temática sindicato, “Permite que seus empregados afilem-se a sindicatos, sem restrições”, 43,9% assinalaram 5, porém 28,0% responderam NS. – não saber.

Na afirmativa: “acompanha e avalia se as obrigações com o sindicato sempre estão em dia e são respeitadas”, 39,4% responderam 5 e 31,8% responderam NS, indicando desnível de informação.

Quanto a permitir que sejam realizadas reuniões sindicais no local de trabalho, 49,2% assinalaram 5 – maior nível de concordância.

Com relação a possuir acordos coletivos negociados periodicamente com os sindicatos, a grande maioria (62,1%) dos funcionários responderam o maior nível de concordância 5.

Por fim, quanto à manutenção de parcerias para cursos de capacitação ou escolarização junto com sindicatos, 35,6% assinalaram NS e um significativo percentual de funcionários (10,6%) responderam (0) – não. Seria o caso de se investigar se o desconhecimento ou a indicação zero, de não existência referem-se à ausência de cursos ou a não associação com

sindicatos. Nesse caso, trata-se de falha na formulação da afirmação, presente no questionário do Instituto Ethos.

Finalizando a Tabela 1, “Atuação da cooperativa frente a condições e contratos de trabalho e às relações sindicais”, alto percentual dos funcionários - 43,0% - foram positivos em relação a essa afirmativa, ou seja, assinalaram 5 - maior grau de concordância, identificando assim, que o conhecimento sobre as condições de trabalho e as relações sindicais está presente. No entanto, devem ser consideradas as afirmações referentes a NS, que representam 18,1%, que desconhecem a atuação da cooperativa.

Os gerentes tiveram a ótica muito próxima à dos demais funcionários e sem muita variação entre os gêneros, masculino e feminino.

4.4.2 Bloco A2: Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios

A geração de empregos e, igualmente, o pagamento de salários e de outras remunerações relacionados com sua execução são contribuições econômicas e sociais muito importantes de uma organização. O trabalho significativo e produtivo constitui elemento essencial para o desenvolvimento humano. Sua ausência constitui causa primordial de problemas sociais. Não é sem razão que as práticas trabalhistas causam grande impacto no que tange ao respeito ao estado de direito e ao senso de justiça presente na sociedade: práticas trabalhistas socialmente responsáveis são essenciais para a consolidação da Justiça, da estabilidade e da paz social. A importância do emprego para o desenvolvimento humano é universalmente aceita. Como empregadores, as organizações contribuem para um dos mais amplamente aceitos objetivos da sociedade, a saber, a melhoria do padrão de vida por meio de um emprego pleno e seguro e do trabalho digno (ETHOS, 2016).

Devem ser implementadas, pela cooperativa, políticas de remuneração e benefícios que visem valorizar as competências potenciais de seus empregados (ETHOS, 2016).

O que foi apurado sobre a atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios, bloco composto por doze (12) afirmações, está apresentado na Tabela 2:

Tabela 2 - Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios
(Bloco A2 – Afirmações de 9 a 20)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
9	Cumpra com todas as obrigações legais trabalhistas no que se refere ao pagamento de salários e benefícios.	0	0	0,8	0	3,0	96,2	0	0
10	Respeita e cumpre as convenções	0	0	1,5	1,5	4,5	91,0	1,5	0

	coletivas em que seus empregados estão enquadrados.								
11	Nos últimos anos aumentou o menor salário em relação ao salário mínimo vigente.	0,8	0,8	1,5	2,3	9,8	62,9	20,4	1,5
12	Possui política de remuneração.	3,0	3,8	7,6	6,1	13,6	58,3	4,5	3,0
13	Possui procedimentos formais e claros de promoção e aumento salarial.	8,3	12,1	8,3	12,1	16,7	38,6	3,8	0
14	Tem metas para diminuir a variação proporcional entre o maior e o menor salário.	6,8	3,8	6,8	16,7	12,9	12,9	34,8	5,3
15	É reconhecida pelo mercado por suas práticas de remuneração.	3,8	3,8	6,1	8,3	19,7	40,9	15,9	1,5
16	Avalia o desempenho dos empregados de maneira sistemática, pelo menos uma vez ao ano.	1,5	4,5	4,5	7,6	16,7	60,6	4,5	0
17	O programa de participação nos resultados ou de bonificação, foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	0	2,3	3,0	4,5	12,9	62,9	12,9	1,5
18	É flexível frente às necessidades pessoais dos empregados no planejamento do trabalho.	1,5	2,3	4,5	8,3	19,7	61,4	1,5	0,8
19	Oferece seguro de vida, plano de saúde ou outro(s) benefício(s) securitário(s) aos seus empregados.	0	0	0	2,3	4,5	93,2	0	0
20	Oferece benefícios que abrangem os familiares, como participação em plano odontológico, de saúde, bolsas de estudo, opções de lazer etc.	1,5	0	6,1	7,6	13,6	69,7	1,5	0
TOTAL (%)		2,3	2,8	4,2	6,4	12,3	62,4	8,5	1,1

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na primeira afirmativa que são cumpridas todas as obrigações legais trabalhistas no que se refere ao pagamento de salários e benefícios. Quase a totalidade, 96,2% responderam 5 – maior nível de concordância. Sobre respeitar e cumprir as convenções coletivas em que seus empregados estão enquadrados, também obteve-se a grande maioria (91,0%) assinalando 5. Sendo assim, realmente os funcionários identificam que a cooperativa cumpre as obrigações trabalhistas e as convenções coletivas.

À afirmativa, se nos últimos anos aumentou o menor salário em relação ao salário mínimo vigente, a maioria (62,9%), assinalou 5. Também 58,3% assinalaram 5 na afirmativa “possui política de remuneração”. Portanto, os funcionários identificam a correção salarial e a política de remuneração praticada pela cooperativa.

Diante da afirmação possui procedimentos formais e claros de promoção e aumento salarial, 38,6% assinalaram 5, porém 8,3% responderam 0 – Não e 12,1% responderam 1 – menor nível de concordância, ou seja, houve uma pequena discordância dos funcionários quanto à existência de procedimentos formais e claros, um ponto a ser considerado para cooperativa atuar.

Com relação à afirmativa “tem metas para diminuir a variação proporcional entre o maior e o menor salário”, 34,8% registraram NS, não souberam afirmar; visualiza-se, portanto, que a cooperativa deverá divulgar suas políticas salariais.

Na afirmação sobre reconhecimento pelo mercado das práticas de remuneração da cooperativa, 40,9% dos funcionários assinalaram o maior nível de concordância, 5.

Na afirmação sobre avaliar o desempenho dos empregados de maneira sistemática, pelo menos uma vez ao ano, 60,6% assinalaram 5, mesma indicação – 5 - assinalada por 62,9%, sobre o programa de participação nos resultados ou recebimento de bonificação, por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.

Quanto à posição da cooperativa ser flexível frente às necessidades pessoais dos empregados no planejamento do trabalho, a afirmativa que se “oferece seguro de vida, plano de saúde ou outro(s) benefício(s) securitário(s) aos seus empregados” e, por fim, se “oferece benefícios que abrangem os familiares, como participação em plano odontológico, de saúde, bolsas de estudo, opções de lazer etc.”, para todas as afirmativas foi assinalado 5, com percentuais superiores a (60%). Com isso, identifica-se que os funcionários reconhecem a responsabilidade da cooperativa diante das práticas de remuneração, avaliações de desempenho, participação nos resultados e flexibilidade frente às necessidades pessoais e benefícios.

Finalizando a avaliação da Tabela 2, “Atuação da cooperativa referente a obrigações trabalhistas, salariais e benefícios”, identificam-se afirmações muito positivas, ultrapassando 62% de maior nível de concordância - 5. Sobre a afirmativa tem metas para diminuir a variação proporcional entre o maior e o menor salário, deduz-se que esta questão deve ser mais difundida aos funcionários, pois uma grande porcentagem deles declarou não saber.

Com relação aos gerentes, na afirmativa “Possui procedimentos formais e claros de promoção e aumento salarial”, 33,3% assinalaram 0, sendo esta a maior variação entre as afirmativas, com relação aos demais funcionários. Nas demais indicações, a ótica dos gerentes esteve muito próxima à dos demais funcionários e sem muita variação.

4.4.3 Bloco A3: Atuação da cooperativa referente a Condições de Trabalho e Treinamento

A preocupação com o futuro dos empregados não recai somente sobre eles. A cooperativa, por sua vez, deve ter significativa participação nos momentos da vida profissional, oferecendo aos seus empregados treinamentos com vistas ao seu desenvolvimento, e não somente no momento em que com ela contribuem, mas, também, para contribuir com o legado que adquiriu ao longo de suas carreiras (ETHOS, 2016).

O que foi apurado sobre a atuação da cooperativa, referente a condições de trabalho e treinamento, através do Bloco 3, composto por dez (10) afirmações, está apresentado na Tabela 3:

Tabela 3 - Atuação da cooperativa referente a condições de trabalho e treinamento
(Bloco A3 – Afirmações de 21 a 30)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
21	Atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional.	0	1,5	2,3	9,1	24,2	62,1	0	0,8
22	Oferece aos empregados treinamentos básicos para a realização de suas operações e exercícios da função para qual foram designados.	2,3	1,5	6,8	18,9	17,4	50,8	1,5	0,8
23	Mantém treinamentos regulares visando o aprimoramento dos empregados nas funções atuais.	2,3	6,1	6,8	18,2	27,3	35,6	3,0	0,8
24	Oferece treinamentos para todos os níveis hierárquicos.	5,3	8,3	8,3	16,7	20,4	35,6	4,5	0,8
25	Oferece treinamentos aos empregados que estimulam o desenvolvimento pessoal e profissional além das atividades atuais.	6,8	4,5	10,6	15,9	38,6	18,9	3,8	0,8
26	Estimula os setores a se envolverem com o desenvolvimento profissional.	5,3	3,8	8,3	18,2	21,2	38,6	3,8	0,8
27	Estimula realização de cursos externos por meio de concessão de bolsas ou outro incentivo.	5,3	5,3	8,3	18,9	18,2	37,1	6,1	0,8
28	Possui política transparente e consolidada do benefício de bolsa de estudos.	3,8	2,3	3,8	12,1	20,4	53,0	3,8	0,8
29	Contrata aprendizes seguindo a Lei da Aprendizagem.	0	0	0	0,8	3,8	54,5	39,4	1,5
30	Fornecer treinamentos específicos para estagiários e aprendizes.	2,3	1,5	5,3	4,5	16,7	42,4	26,5	0,8
TOTAL (%)		3,3	3,5	6,1	13,3	20,8	42,9	9,2	0,8

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na afirmação “atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional”, a maioria (62,1%) assinalou 5, maior nível de concordância, o mesmo acontecendo com a afirmativa “oferece aos empregados treinamentos básicos para a realização de suas operações e exercícios da função para a qual foram designados”, em relação à qual 50,8% assinalaram 5, indicando a presença e o conhecimento dos funcionários sobre as condições de trabalho, desenvolvimento profissional e treinamentos realizados.

A afirmativa “mantém treinamentos regulares visando o aprimoramento dos empregados nas funções atuais”, recebeu respostas pulverizadas, divididas entre as opções 3, com 18,2%; 4, com 27,3% e 5, com 35,6%, ou seja, predominando a 5, o que sugere que poderia ser um assunto melhor difundido e praticado pela cooperativa.

Com relação à afirmativa oferece treinamentos para todos os níveis hierárquicos, predominou a opção 5, com 35,6%. Sobre o oferecimento de treinamentos aos empregados estimulando o desenvolvimento pessoal e profissional além das atividades atuais, foram registrados 38,6%, com a opção 4; 18,9%, com 5; e 15,9% com 3. Conforme respostas dos funcionários, identifica-se que reconhecem que existem treinamentos, porém com alguns pontos a serem melhorados.

Na afirmativa sobre estimular os setores a se envolverem com o desenvolvimento profissional, 38,6% indicaram 5. Para a afirmação “estimula realização de cursos externos por meio de concessão de bolsas ou outro incentivo”, 37,1% assinalaram o maior nível de concordância - 5 e na afirmativa “possui política transparente e consolidada do benefício de bolsa de estudos”, obteve-se a mesma avaliação da anterior: 5, com uma maioria de 53,0%. Assim, pode-se inferir pela presença e concluir que os funcionários percebem o desenvolvimento profissional, a concessão de bolsas de estudos e a política para concessão das mesmas.

Para a afirmativa “contrata aprendizes seguindo a Lei da Aprendizagem”, a maioria - 54,5% - assinalou 5, porém percentual significativo - 39,4% - assinalou NS – não sabe. Por fim, na afirmativa “fornece treinamentos específicos para estagiários e aprendizes”, 42,4% afirmaram o maior nível de concordância, 5, com uma parcela razoável de 26,52% assinalando NS. Identifica-se, nessas afirmativas com relação aos aprendizes, que alguns funcionários não possuem conhecimento do assunto.

Finalizando a Tabela 3, “Atuação da cooperativa referente a Condições de Trabalho e Treinamento”, identificam-se afirmações positivas relativas ao tema, porém com relação a

treinamentos, as respostas ficaram pulverizadas, predominando o maior nível de concordância, Indicando que o assunto deve ser tratado pela cooperativa. Já no que se refere a oferecer treinamentos para todos os níveis hierárquicos, os gerentes não concordam totalmente e talvez seja necessário desenvolver esclarecimentos para os ocupantes desses cargos, sobre a lei da aprendizagem, uma vez que a cooperativa cumpre rigorosamente todos os procedimentos. Portanto, faz-se necessária maior divulgação.

Com relação aos gerentes, nos demais aspectos, expressaram ótica muito próxima à dos demais funcionários e sem muita variação.

4.4.4 Bloco A4: Atuação da cooperativa referente a Demissões e Aposentadorias

A responsabilidade da cooperativa com seus empregados contemplam o processo de demissão e se estende até a aposentadoria. Nesse momento e nessa situação, a cooperativa deve adotar medidas que visem garantir o futuro dos empregados após seu desligamento (ETHOS, 2016).

O que foi apurado sobre a atuação da cooperativa, referente a Demissões e Aposentadorias, Bloco A4, composto por seis (6) afirmações, está apresentado na Tabela 4:

Tabela 4 - Atuação da cooperativa referente a demissões e aposentadorias.
(Bloco A4 – Afirmações de 31 a 36)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
31	Segue a legislação em vigor relacionada às demissões e aos processos de aposentadoria.	0	1,5	0	3,8	6,8	67,4	19,7	0,8
32	Possui políticas demissionais claras.	2,3	3,8	1,5	10,6	7,6	45,4	26,5	2,3
33	Dá acesso ao empregado referente ao processo demissional e contribui para o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitada(s).	6,1	2,3	4,5	6,8	7,6	15,1	55,3	2,3
34	Oferece programas de capacitação e desenvolvimento aos empregados demitidos.	17,4	1,5	3,8	5,3	3,0	5,3	61,4	2,3
35	Possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria.	3,8	5,3	4,5	3,8	3,8	10,6	65,9	2,3
36	Envolve familiares no processo de preparação para aposentadoria de seus funcionários.	11,4	3,8	2,3	3,8	4,5	6,1	65,1	3,0
TOTAL (%)		6,8	3,0	2,8	5,7	5,5	25,0	49,0	2,1

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na afirmação “segue a legislação em vigor relacionada às demissões e aos processos de aposentadoria”, a grande maioria - 67,4% -

assinalou o maior nível de concordância 5, ou seja, os funcionários identificam que a cooperativa segue a legislação.

Na afirmativa “possui políticas demissionais claras”, 45,4% assinalaram 5, porém 26,5% assinalaram NS – não sabe. Já na afirmativa contribui para o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitada(s), a maioria - 55,3% - assinalou NS.

Na afirmativa “dá acesso ao empregado referente ao processo demissional e contribui para o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitidas”, a maioria - 55,3% - registrou NS. Também, quanto a oferecer “programas de capacitação e desenvolvimento aos empregados demitidos”, 61,4% assinalaram NS. A predominância do NS se repetiu com as outras afirmações referentes à aposentadoria. Na afirmação: “possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria”, 65,9% assinalaram NS. Ainda na afirmação “envolve familiares no processo de preparação para a aposentadoria de seus funcionários”, 65,1% também assinalaram NS. Com isso identifica-se que os funcionários não reconhecem os processos demissionais claramente e nem o processo de aposentadoria. Um fator levado em consideração é a grande maioria de funcionários jovens, abaixo dos 40 anos de idade.

Finalizando a Tabela 4, “Atuação da cooperativa referente a Demissões e Aposentadorias“ identifica-se que referente à legislação e à política de aposentadoria, os funcionários possuem conhecimento e uma pequena quantidade não sabe sobre o assunto. Já sobre a cooperativa contribuir com o funcionário demitido, identifica-se que a grande maioria realmente desconhece o assunto, o mesmo acontecendo com o processos de aposentadoria, ou seja, assunto a ser mais divulgado e trabalhado pela cooperativa.

4.4.5 Bloco A5: Atuação da cooperativa referente à Jornada de Trabalho

A cooperativa deve adotar sempre, e em todas as circunstâncias, padrões de excelência nas condições do trabalho, assegurando, a qualidade de vida dos empregados, a cooperativa é referência nas boas práticas relacionadas à qualidade de vida e a uma jornada de trabalho equilibrada, pois, além de implementar programa de acompanhamento das filiais, organiza campanhas que visam à melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e de seus familiares, mas da sociedade em geral (ETHOS, 2016).

O que foi apurado sobre a atuação da cooperativa referente à Jornada de Trabalho está apresentado na Tabela 5.

Tabela 5 - Atuação da cooperativa referente à jornada de trabalho.
(Bloco A5 – Afirmações de 37 a 41)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
37	Respeita a quantidade de horas de trabalho dos empregados.	0	0,8	0	3,8	9,1	84,8	0,8	0,8
38	Compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos de forma regular e registrada.	4,5	0,8	2,3	6,8	11,4	62,9	9,8	1,5
39	Realiza um planejamento para evitar horas extras frequentes.	0	1,5	4,5	9,8	16,7	56,1	9,8	1,5
40	Possui políticas estabelecidas e divulgadas para a realização de horas extras ou aplicação do banco de horas.	4,5	1,5	4,5	4,5	12,9	66,7	4,5	0,8
41	Comunica necessidade de realização de horas extras com antecedência e respeita a disponibilidade do empregado.	0,8	2,3	3,8	7,6	11,4	68,2	5,3	0,8
TOTAL (%)		2,0	1,4	3,0	6,5	12,3	67,7	6,1	1,1

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na afirmação “respeita a quantidade de horas da jornada de trabalho dos empregados”, a grande maioria - 84,8% - afirmou 5 – maior nível de concordância, ou seja, os funcionários têm conhecimento da regularidade da jornada de trabalho que a cooperativa estabelece.

Na afirmativa “compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos de forma regular e registrada”, 62,9% assinalaram 5, sendo também 5 indicado pela maioria - 56,1%, para a afirmativa “realiza um planejamento para evitar horas extras frequentes”. Para a afirmação “possui políticas estabelecidas e divulgadas para a realização de horas extras ou a aplicação do banco de horas”, a maioria - 66,7% - respondeu 5. Por fim, “comunica a necessidade de realização de horas extras com antecedência e respeita a disponibilidade do empregado”, foi obtido elevado percentual, 68,2%, de afirmações 5, ou seja, os funcionários reconhecem que os procedimentos de horas extras aplicados pela cooperativa são devidamente comunicados.

Finalizando a Tabela A, “Atuação da cooperativa referente à Jornada de Trabalho”, em todas as afirmações foi registrado um percentual alto, acima de 67% nas respostas 5, com foco na afirmativa “respeita a quantidade de horas da jornada de trabalho dos empregados” – 84,8% - com indicação 5. Com isso identifica-se que a cooperativa respeita os funcionários com relação ao cumprimento de horas extras e eles reconhecem esse fato.

Com relação aos gerentes, obteve-se na afirmativa “Compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos de forma regular e registrada.” obteve-se o mesmo percentual - 33,3% - assinalado para 5 e para 4. A afirmativa com maior variação

entre gerentes e demais funcionários, foi: “Possui políticas estabelecidas e divulgadas para a realização de horas extras ou a aplicação do banco de horas”; pelo fato de os gerentes não possuírem banco de horas, essas afirmativas divergiram das dos demais funcionários.

Os gerentes tiveram a ótica muito próxima à dos demais funcionários com pouca variação nas outras afirmativas.

4.4.6 Bloco A6: Posição da cooperativa referente a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família

O relacionamento das organizações com as comunidades pode dar lugar a um envolvimento recíproco, condição esta favorável tanto ao desenvolvimento individual de seus membros como da comunidade como um todo. Caso tenha lugar essa última possibilidade, as associações poderão, por certo, ser envolvidas no processo, o que contribuiria para a melhoria do bem público, conseqüentemente, para o fortalecimento da sociedade civil. As decorrências do envolvimento da cooperativa com a comunidade vão além da indução de políticas públicas e do compromisso com metas de desenvolvimento da sociedade (ETHOS, 2016).

O que foi apurado sobre a Posição da cooperativa referente a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família está apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 - Posição da cooperativa referente a ações de prevenção e de melhoria das condições do trabalhador e da família. (Bloco A6 – Afirmações de 42 a 56)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
42	Atende às exigências das Normas Regulatórias ou tem um plano de ação para garantir o seu cumprimento, especialmente no que se refere a emergência e riscos de incêndio.	0	0	0	3,8	14,4	78,8	2,3	0,8
43	Indica um responsável para gerenciar ou mantém um comitê de prevenção de acidentes atendendo às exigências das normas regulamentadoras.	0,8	0	0	3,0	7,6	85,6	2,3	0,8
44	Possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados.	26,5	9,1	7,6	9,1	9,8	17,4	17,4	3,0
45	Promove exercícios físicos em horário de trabalho.	84,1	1,5	1,5	0	1,5	5,3	3,8	2,3
46	Mantém programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho-família, incluindo o respeito e limites com relação ao trabalho remoto (telefonemas e e-mails fora do horário de trabalho).	31,1	9,09	6,8	10,6	9,1	13,6	15,1	4,5
47	Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool e drogas.	39,4	5,3	5,3	3,8	1,5	6,1	36,4	2,3
48	Realiza pesquisa visando medir o nível	32,6	7,58	9,8	8,3	6,8	15,1	17,4	2,3

	de satisfação dos empregados.								
49	Desenvolve programas que têm como objetivo melhorias no ambiente de trabalho, que beneficiam os empregados e prestadores de serviços.	17,4	6,82	15,1	13,6	8,3	18,9	18,9	0,8
50	É reconhecida por suas práticas em qualidade de vida e por uma jornada de trabalho justa.	2,3	3,03	5,3	13,6	15,1	53,0	6,1	1,5
51	Possui programas e canais para que os temas da qualidade de vida cheguem à família dos empregados.	25,0	3,8	9,8	9,1	9,8	19,7	18,9	3,8
52	Organiza campanhas que visam a melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e de seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo de campanhas a respeito.	5,3	5,3	6,1	17,4	18,2	31,1	14,4	2,3
53	Possui normas para combater situações de assédio moral ou sexual, as quais são divulgadas e devidamente amparadas por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	14,4	8,3	6,8	7,6	9,8	31,1	19,7	2,3
54	As práticas da cooperativa servem frequentemente de referência para outras empresas.	0,8	4,5	1,5	12,9	15,9	43,2	18,9	2,3
55	Oferece canal de fácil acesso com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas às condições de trabalho.	6,8	4,5	6,8	13,6	12,1	43,9	10,6	1,5
56	Desenvolve práticas para envolver os empregados na solução dos problemas da empresa.	11,4	3,8	8,3	12,9	16,7	28,8	16,7	1,5
TOTAL (%)		19,8	4,8	6,1	9,3	10,4	32,8	14,6	2,1

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na afirmação “atende às exigências das Normas Regulatórias ou tem um plano de ação para garantir o seu cumprimento, especialmente no que se refere a emergências e riscos de incêndio”, a grande maioria - 78,8% - assinalou 5, – maior nível de concordância. O mesmo ocorreu com a afirmativa “indica um responsável para gerenciar ou mantém um comitê de prevenção de acidentes atendendo às exigências das normas regulamentadoras”, caso em que a grande maioria - 85,6% - assinalou 5, indicando que os funcionários têm conhecimento dos planos de ação e do comitê de prevenção de acidentes.

Com relação à afirmação “possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados”, 26,5% assinalaram zero (0) – Não. Também para “a cooperativa promove exercícios físicos em horário de trabalho” - 84,1% - assinalaram zero (0). Essa alta incidência de “não” põe em evidência pontos a serem trabalhados e melhorados pela cooperativa.

Na afirmativa “mantém programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho-família, incluindo respeito e limites com relação ao trabalho remoto, como por exemplo, telefonemas e e-mails fora do horário de trabalho”, 31,1% responderam 0 - zero, porém o restante das indicações ficou pulverizado: 10,6% assinalaram 3 – médio nível de concordância; 13,6% assinalaram 5 e 15,1% assinalaram NS - não sabe. Esses resultados indicam que esta questão deve ser verificada pela cooperativa, pois a grande parte dos funcionários não identifica programa de combate ao estresse e relação ao trabalho remoto. De fato, a consulta aos programas da empresa indica a não existência desse programa. Assim sendo, para que ela seja reconhecida como cumpridora dos princípios de responsabilidade social para e pelo seu público interno, deverá desenvolver esse tipo de programa

Sobre a afirmativa de que a empresa “oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool e drogas”, predominaram as indicações, pelo desconhecimento ou discordância divididas entre as duas afirmações: 39,4% para 0 (zero) e 36,4% para NS, ou seja, a cooperativa terá que criar um programa com essas finalidades.

Em relação à afirmativa “realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados”, 32,6% dos funcionários assinalaram 0 - zero e 17,4% NS, porcentagens consideráveis; apenas 15,1% indicaram a opção 5. A cooperativa deverá analisar essa questão de nível de conhecimento ou satisfação, pois a maioria não identifica ou não sabe sobre o assunto.

Já na afirmativa “desenvolve programas que têm como objetivo melhorias no ambiente de trabalho, que beneficiam os empregados e prestadores de serviços”, as opções ficaram muito pulverizadas: o mesmo percentual de funcionários - 18,9% - respondeu 5 e NS e percentual significativo de respostas - 17,4% - incidiu em 0 – zero.

A afirmação, “é reconhecida por suas práticas em qualidade de vida e por uma jornada de trabalho justa” registrou a maioria das opções, 53,0%, assinalando a opção 5 – o que significa que os funcionários identificam a atenção da empresa em relação à qualidade de vida e à justa jornada de trabalho.

Com relação à afirmativa “possui programas e canais para que os temas da qualidade de vida cheguem à família dos empregados” 18,9% assinalaram NS e 25,0% assinalaram 0 (zero), o que soma 43,9%, quase metade dos respondentes. No entanto, 19,7% responderam 5. Não significa que a cooperativa não possua programas e canais para que os temas da

qualidade de vida cheguem às suas famílias, porém uma quantidade significativa de funcionários desconhecem a existência.

Sobre a afirmativa “organiza campanhas que visam a melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo de campanhas a respeito”, trata-se de questão a ser mais trabalhada pela cooperativa, para melhor identificação de sua preocupação para com a qualidade de vida. Alto percentual de funcionários - 31,1% - manifestou o maior nível de concordância 5, ficando registros pulverizados pelas demais alternativas. O mesmo percentual, 31,1%, com resposta para afirmativa 5 foi anotado para “possui normas para combater situações de assédio moral ou sexual, as quais são divulgadas e devidamente amparadas por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos”.

Na afirmativa “as práticas da cooperativa servem frequentemente de referência para outras empresas”, foi alto o percentual - 43,2% - na opção 5. Percentual semelhante - 43,9% também foi registrado na opção 5 para a afirmativa “oferece canal de fácil acesso com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas às condições de trabalho”.

Ainda, neste Bloco 6, na afirmativa “desenvolve práticas para envolver os empregados na solução dos problemas da empresa”, 28,8% assinalaram a opção 5, porém ficaram pulverizadas as demais opções: 0 (zero) com 11,4%; 3 com 12,9%; 4 e NS, ambas, com 16,7%.

Finalizando a Tabela 6, “posição da cooperativa referente a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família”, a maior incidência para o conjunto do Bloco foi da opção 5, com 32,8%. No entanto, algumas afirmativas, que obtiveram negação – 0 (zero), tais como - promoção de exercícios físicos em horário de trabalho, manutenção de programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho/família, incluindo respeito e limites com relação ao trabalho remoto, devem ser avaliadas e trabalhadas pela Cooperativa. Cabe também avaliar questões relativas a e-mails fora do horário de trabalho, oferecimento de programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool e drogas. Uma grande quantidade de funcionários também assinalou não saber e por fim uma afirmação importante que foi negada pelos funcionários é se a cooperativa realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados, ponto forte a ser trabalhado e divulgado pela cooperativa.

Com relação aos gerentes, na afirmativa “Possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados.” obteve-se 55,6% assinalando 0 (zero) e 22,2% 4. Afirmativa com grande variação entre os gerentes e os demais funcionários, diz respeito aos gerentes enxergarem menos iniciativas de combate ao estresse. Na afirmativa “É reconhecida por suas práticas em qualidade de vida e por uma jornada de trabalho justa” houve uma variação das respostas dos gerentes e dos funcionários: os funcionários, em sua maioria – 53,0% - assinalaram 5 e os gerentes apenas 22,2%, ou seja, verifica-se ou que a jornada de trabalho dos gerentes é maior ou que ele não contempla as condições para o conjunto dos funcionários. De fato, na posição de gerentes, deveriam considerar a postura da cooperativa em relação à jornada de trabalho.

Os gerentes tiveram a ótica muito próxima à dos demais funcionários com pouca variação nas outras afirmativas.

4.4.7 Bloco A7: Afirmações referentes à Comparação desta Cooperativa com outras Instituições Financeiras

Por meio das afirmações que compõem o Bloco A7 procurou-se identificar, na ótica dos funcionários, as ações e os procedimentos praticados nas Cooperativas de Crédito e em outras instituições financeiras, referentes ao público interno, de forma comparativa. Isto se fez diante de referências sobre as principais diferenças, para os cooperados, relativas a taxas, sobras, funcionamento, em relação a outras instituições financeiras. Assim, coube verificar a existência de diferenças em relação aos que trabalham nas cooperativas – seu Público Interno.

Portanto, o bloco A7 é o menos relevante para pesquisa devido ter a simples função de comparação da Cooperativa de Crédito e Bancos.

Tabela 7 - Afirmações referentes à comparação desta cooperativa com outras instituições financeiras
(Bloco A7 – Afirmações de 57 a 64)

Nº	Afirmações	0	1	2	3	4	5	NS	NQR
57	A relação com os sindicatos é a mesma na cooperativa e em outras instituições financeiras.	15,1	3,0	3,0	8,3	4,5	15,9	48,5	1,5
58	As demais instituições financeiras são cooperativas reconhecidas pelas suas práticas de remuneração.	5,3	0,8	6,8	9,8	15,1	23,5	35,6	3,1
59	As demais instituições financeiras não cooperativas possuem benefícios como planos de saúde, odontológico, bolsas de estudo e lazer.	0,8	0,8	4,5	9,8	12,9	34,1	34,1	3,1
60	As demais instituições financeiras não cooperativas possuem programas de resultados ou de bonificação negociados entre empregados e	0,8	2,3	2,3	9,1	11,4	28,8	43,9	1,5

	sindicatos.								
61	As cooperativas de crédito possuem as mesmas condições de trabalho em comparação com as demais instituições financeiras não cooperativas.	11,4	6,8	4,5	11,4	11,4	20,4	32,6	1,5
62	As instituições financeiras não cooperativas possuem os mesmos critérios de avaliação de desempenho e remuneração adotados por esta cooperativa.	17,4	3,0	5,3	6,8	4,5	5,3	56,1	1,5
63	Esta cooperativa de crédito atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional.	0	3,0	3,8	12,1	14,4	54,5	10,6	1,5
64	As demais instituições financeiras não cooperativas da mesma forma que esta cooperativa atraem profissionais e são procuradas pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional.	3,1	3,8	9,1	14,4	14,4	16,7	37,1	1,5
TOTAL (%)		6,7	2,9	4,9	10,2	11,1	24,9	37,3	1,9

Fonte: O autor

De acordo com o que foi apurado, verifica-se na afirmação “A relação com os sindicatos é a mesma, na cooperativa e em outras instituições financeiras”, ser alto o percentual, 48,5%, dos que assinalaram NS – Não Sabe. Assinalaram zero, ou seja Não, 15,1% e 15,9% assinalaram 5, portanto os dois extremos.

Para a afirmativa “As demais instituições financeiras não cooperativas são reconhecidas pelas suas práticas de remuneração”, 35,6% assinalaram NS, mas 23,5% assinalaram 5.

Portanto, em relação às duas primeiras afirmações deste bloco, fica ressaltada a presença dos que não sabem se há diferença em referência ao sindicato e sobre a prática de remuneração entre empresa cooperativa e as demais financeiras.

Para a afirmativa “As demais instituições financeiras não cooperativas possuem benefícios como planos de saúde, odontológico, bolsas de estudos e lazer”, houve a mesma porcentagem, 34,1%, nas opções 5 e NS, indicando a pouca divulgação junto ao Público Interno desse tipo de ação existente na cooperativa, conforme consulta a seus programas.

Continuando com a comparação, a afirmativa “As demais instituições financeiras não cooperativas possuem programas de resultados ou de bonificação negociados entre empregados e sindicatos”, 43,9% dos funcionários assinalaram a opção NS, ou seja, vários funcionários não sabem comparar benefícios e bonificações das demais instituições financeiras com os presentes na cooperativa.

Na afirmação, “As cooperativas de crédito possuem as mesmas condições de trabalho em comparação com as demais instituições financeiras não cooperativas”, 32,6% assinalaram NS e 20,4% 5, o que indica desnível de informações.

Com relação às instituições financeiras não cooperativas possuem os mesmos critérios de avaliação de desempenho e remuneração adotados por esta cooperativa, a predominância, 56,1%, foi de NS e 17,4% indicaram 0 (zero). Portanto, a maioria não possui conhecimento das diferenças das condições de trabalho e dos critérios de avaliação de desempenho em relação às demais instituições financeiras. Cabe à cooperativa demonstrar as condições diferenciadas que oferece aos seus funcionários.

Sobre a afirmativa “esta cooperativa de crédito atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional”, o predomínio - 54,5% - foi de 5. Por fim, “As demais instituições financeiras não cooperativas da mesma forma que esta cooperativa atraem profissionais e são procuradas pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional”, 37,1% dos funcionários assinalaram NS. É provável que haja o reconhecimento de que a cooperativa atrai profissionais, porém não sabem se as outras instituições financeiras também os atrai.

Finalizando a Tabela 7, afirmações referentes à Comparação desta Cooperativa com outras Instituições Financeiras, a prevalência deu-se na opção NS, com 37,3%, sendo mais evidente nas afirmativas relativas: 1º) “as instituições financeiras não cooperativas possuem os mesmos critérios de avaliação de desempenho e remuneração adotados por esta cooperativa” com 56,1%; 2º) “a relação com os sindicatos é a mesma na cooperativa e em outras instituições financeiras”, com 48,5%; e 3º) “as demais instituições financeiras não cooperativas possuem programas de resultados ou de bonificação negociados entre empregados e sindicatos”, com 43,9%, identificando, assim, que a Cooperativa necessita de demonstrar seu diferencial também para o público interno.

4.5 – Análise de Variância em função das diferentes categorias (gênero, idade e nível de instrução)

Para a verificação de diferenças entre as opiniões médias dos respondentes por categoria (gênero, idade, nível de instrução, gestores e funcionários), realizou-se uma Análise de Variância (ANOVA) com auxílio do *Software Minitab®v.17*. A tabela-8 apresenta os blocos e questões que apresentaram divergências de respostas para níveis de significância $\alpha = 5\%$ e $\alpha = 10\%$.

Tabela 8 - Grau de variância (ANOVA) – quanto a gênero, idade, nível de instrução e gestoresXfuncionários

	$\alpha = 0,05$		$\alpha = 0,10$	
	Blocos	Questões	Blocos	Questões
Gênero	2	20	2	18
	5	39	4	35
	6	48	7	64
Idade	4	33	2	12, 18
	6	46, 51, 54	3	21
			4	36
Nível de Instrução	6	51	3	25, 26
			6	47
Gestores e Funcionários	2	13	2	16
	4	35	5	38
	5	39	6	56
	6	48		
	7	62, 63		

Fonte: O autor

Antes de fazer um teste de hipóteses, foi escolhido um nível de significância para o teste. Usa-se o nível de significância para julgar se os resultados do teste são estatisticamente significativos. O nível de significância também determina a probabilidade de erro que é inerente ao ensaio. Se a probabilidade de um evento ocorrer é inferior a α , a interpretação usual é de que o evento não tenha ocorrido por acaso. Formalmente, α é o nível de risco máximo aceitável para rejeitar uma hipótese nula verdadeira (erro Tipo I) e é expresso como uma probabilidade que varia entre 0 e 1. Quanto menor o nível de significância, menor a probabilidade de se cometer um erro Tipo I, e maior a probabilidade de se cometer um erro Tipo II. Portanto, deve-se escolher um alfa que equilibre esses riscos de erro opostos com base em suas consequências práticas da sua situação específica.

Geralmente, um nível de significância (denotado como α ou alfa) de 0,05 funciona bem. Um nível de significância de 0,05 indica que o risco de se concluir que existe uma diferença, quando, na verdade, não existe nenhuma diferença real, é de 5%; um alfa maior de 0,10 indica que o risco é de 10% (MINITAB, 2017).

4.5.1 Teste ANOVA para gênero

Considerando os dados da ANOVA, chega-se à conclusão de que há diferença significativa entre médias (homens e mulheres) para as questões Q20, Q39 e Q48 (com nível de significância igual a 5% -valor-p < 0,05) ou seja:

- Q 20 “Oferece benefícios que abrangem os familiares, como participação em plano odontológico, de saúde, bolsas de estudo, opções de lazer etc.” há uma variação moderada entre gêneros sobre a resposta para essa questão, qual seja, os homens identificam mais benefícios que abrangem os familiares em nível de concordância maior do que as mulheres;
- Q 39 “Realiza um planejamento para evitar horas extras frequentes”, as mulheres identificaram sim, que a empresa realiza um planejamento; os homens também, porém com menor nível de concordância.
- Q 48 “Realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados” grande parte dos homens registrou NS – não sabe responder e grande parte das mulheres assinalou 5 – maior nível de concordância.

Considerando os resultados da ANOVA, chega-se à conclusão de que há diferença significativa entre médias (homens e mulheres) para as questões Q18, Q35, Q64 (com nível de significância igual a 10% -valor-p < 0,10) ou seja:

- Q18: “É flexível frente às necessidades pessoais dos empregados no planejamento do trabalho” há uma variação sugestiva entre gêneros sobre a resposta para essa questão, em relação à qual os homens identificam maior flexibilidade;
- Q35 “Possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria”, os homens identificaram as práticas e as mulheres em menor frequência;
- Q64 “As demais instituições financeiras não cooperativas da mesma forma que esta cooperativa atraem profissionais e são procuradas pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional”, nessa afirmação as mulheres foram mais enfáticas no que diz respeito à maior atração pelas e às melhores condições por parte das cooperativas.

O índice de masculinidade e feminilidade representa outra face da cultura que explica que a masculinidade pode ser observada, por exemplo, pela remuneração mais elevada, ter mais possibilidade de ascender a funções superiores e fazer um trabalho estimulante que proporcione um sentimento de realização pessoal. Nas culturas predominantemente masculinas os conflitos são resolvidos através do confronto, vive-se para trabalhar, enfatiza-se

a equidade, a competição entre os colegas e a performance, já nas culturas mais femininas há maior cooperação por trabalhar num meio agradável para si próprio e para os outros, ter segurança de trabalhar na mesma empresa tanto tempo quanto desejar e também ter boas relações de trabalho com sua chefia direta (PINTO, 2005).

4.5.2. Teste ANOVA para faixas etárias

Diferença significativa foram observadas entre médias (faixas etárias) para questões Q33, Q46, Q51, Q54 (nível de significância igual à 5% - valor-p < 0,05).

- Q33 “Dá acesso ao empregado referente ao processo demissional e contribui para o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitada(s)” identifica-se que os jovens têm menor preocupação com esse tema;
- Q46 “Mantém programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho/família, incluindo o respeito e limites com relação ao trabalho remoto, como por exemplo, telefonemas e e-mails fora do horário de trabalho, nota-se que os funcionários com maior idade preocupam-se mais com a temática;
- Q51 “Possui programas e canais para que os temas da qualidade de vida cheguem à família dos empregados” geralmente os jovens são solteiros e têm menor preocupação com essa questão;
- Q54 “As práticas da cooperativa servem frequentemente de referência para outras empresas” a grande parte dos jovens não souberam responder (NS) enquanto os de maior idade identificam essa referência

Diferença significativa foram observadas entre médias (faixas etárias) para questões Q12, Q18, Q21, Q36 (nível de significância igual à 10% - valor-p < 0,10).

- Q12 “Possui política de remuneração” há uma variação sugestiva entre jovens e com mais idade, sendo que os jovens se preocupam menos com a temática,
- Q18 “É flexível frente às necessidades pessoais dos empregados no planejamento do trabalho”; como geralmente os jovens não possuem filhos, desprendem-se de mais tempo;
- Q21 “Atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional”, os funcionários com mais idade identificam-se mais com essa temática relacionada a condições de trabalho;

- Q36 “Envolve familiares no processo de preparação para a aposentadoria de seus funcionários” a grande parte dos jovens não se preocupa com aposentadoria e é menor o envolvimento dos familiares com a temática.

4.5.3. Teste ANOVA para nível de instrução

Diferença significativa entre médias (nível instrução) com nível de significância igual a 5% - valor-p < 0,05: questão Q51:

- Q51 “Possui programas e canais para que os temas da qualidade de vida cheguem à família dos empregados” teve uma significância moderada entre os funcionários com nível de escolaridade maior e menor, sendo que os que têm nível maior se preocupam mais com o tema.

Diferença significativa entre médias (nível instrução) com nível de significância igual a 10% - valor-p < 0,10: questões Q25, Q26 e Q47.

- Q25 “Oferece treinamentos aos empregados que estimulam o desenvolvimento pessoal e profissional além das atividades atuais”;
- Q26 “Estimula os setores a se envolverem com o desenvolvimento profissional” quem possui menor nível de instrução não se preocupa com a temática treinamento, e por fim a
- Q47, “Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool e drogas” está mais ligada à preocupação dos funcionários mais jovens.

4.5.4. Teste ANOVA para gerentes e funcionários ocupando outros cargos existentes na empresa

Foi constatada diferença significativa entre médias (gestores e funcionários) para questões Q13, Q35, Q39, Q48, Q62, Q63 (nível de significância igual à 5% - valor-p < 0,05).

- Q13, “Possui procedimentos formais e claros de promoção e aumento salarial” a grande parte dos gerentes assinalou 0 – zero afirmando que a empresa não possui procedimentos formais de promoção salarial. Estranha-se essa afirmativa, pois os gerentes são responsáveis por promoção e aumento salarial dos funcionários;
- Q35 “Possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria” a grande parte dos funcionários informou 5 – maior nível de concordância, porém os gerentes assinalaram, com igual percentual, 0 (zero), ou seja, não e NS não sabe;

- Q39 “Realiza um planejamento para evitar horas extras frequentes” os funcionários em grande parte assinalaram 5 e os gerentes pulverizaram suas respostas em 1 – menor nível de concordância, 3 – nível de concordância intermediário; 4 e 5 – concordância mais alta. Nesse caso a marcação de horas extras são diferenciadas entre funcionários e gerentes: os funcionários marcam o ponto eletrônico de controle de horas e os gerentes não. A questão 39 apresentou também variância em relação a gênero, chamando a atenção para que seja objeto de discussão;
- Q48 “Realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados” registra variância entre gestores e funcionários e também entre homens e mulheres. A maior frequência para os funcionários está em 0 (zero), ou seja, Não, significando a não realização de pesquisa. Os gerentes também assinalaram 0 (zero), ou seja, Não, porém com menor porcentagem. Este é um ponto sobre o qual a cooperativa deverá atuar para melhoria da satisfação dos funcionários;
- Q62 “As instituições financeiras não cooperativas possuem os mesmos critérios de avaliação de desempenho e remuneração adotados por esta cooperativa” grande parte dos funcionários assinalou NS; já os gerentes assinaram 0 (zero), não possuem os mesmos critérios de avaliação;
- Q63 “Esta cooperativa de crédito atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional” tantos os funcionários quanto os gerente assinalaram 5, demonstrando que a cooperativa valoriza os funcionários.

Foi constatada diferença significativa entre médias (gestores e funcionários) para questões Q16, Q38, Q56 (nível de significância igual à 10%- valor-p < 0,10).

- Q16 “Avalia o desempenho dos empregados de maneira sistemática, pelo menos uma vez ao ano” os funcionários em sua grande parte assinalaram 5 – maior nível de concordância e os gerentes também em grande parte assinalaram 5, mas pulverizados entre as alternativas, identificando que a empresa cooperativa possui avaliação, porém não da maneira que gostariam;
- Q38 “Compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos de forma regular e registrada” grande parte dos funcionários assinalou 5 e os gerentes se distribuíram pelas indicações 4 e 5, provavelmente devido à marcação do ponto ser diferente entre funcionários e gerentes, por fim a

- Q56 “Desenvolve práticas para envolver os empregados na solução dos problemas da empresa” tanto entre os funcionários como entre gerentes as indicações ficaram pulverizadas porém grande parte dos funcionários assinalou 5 e os gerentes 2;

A distância hierárquica é definida como a medida do grau de aceitação por aqueles que têm menos poder nas empresas, uma repartição de poder desigual. Para os trabalhadores, quanto menor a distância hierárquica melhor, porque os subordinados abordam e contradizem suas chefias com mais facilidade, melhorando assim o relacionamento e a tomada de decisão. Quando a distância hierárquica é baixa, o chefe tende a ser democrata, diferenças entre líder e liderado são minimizadas, há descentralização de poder, diferenças salariais são reduzidas entre a cúpula e a base da organização e os subordinados esperam ser consultados para assuntos da organização (HOFSTEDE, 1997).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, as investigações sobre cooperativas tomam por foco o confronto entre a atuação desse tipo de empresa com empresas não cooperativas e priorizam a avaliação da atuação em relação aos cooperados.

A investigação que deu suporte a esta dissertação priorizou dois aspectos: como objetivo específico, identificar convergências entre princípios do cooperativismo e ações de Responsabilidade Social. Como objetivo geral, identificar e caracterizar as práticas de Responsabilidade Social Interna presentes em uma Cooperativa de Crédito, sob a ótica de seus funcionários.

No cumprimento do objetivo específico foi possível, através da avaliação de estudos teóricos sobre cooperativas, cooperativismo e responsabilidade social e de relatos de investigações sobre avaliação de convergências entre princípios do cooperativismo e ações de Responsabilidade Social, em nível teórico, captar as características que diferenciam as demais empresas não cooperativas.

Para o cumprimento do objetivo geral foi selecionada uma unidade de uma Cooperativa de Crédito situada no interior do estado de São Paulo e utilizado um questionário elaborado a partir dos Indicadores Ethos de Negócios Sustentáveis e Responsáveis, aplicado a funcionários de diversos cargos, com destaque para a aplicação em gerentes.

Um dos fatores que possibilitaram obter, da ótica dos funcionários, informações sobre a cooperativa que explicitaram a presença de indicadores de responsabilidade social na empresa, foi o perfil dos funcionários. De um lado, o nível de instrução deles permitiu que tivessem uma boa compreensão das questões propostas. De outro, a presença de homens e mulheres em diversas faixas etárias e exercendo funções diversas, possibilitou captar a diferenciação da perspectiva deles, ponto a mostra aspectos que escaparam da apreensão de todos, exigindo atenção especial por parte da empresa a fim de que suas atitudes expressem seus objetivos não apenas de realização econômica mas também de atuação de caráter social.

O resultado alcançado foi positivo, validando que a grande maioria dos funcionários compreendem e enxergam a responsabilidade social que a cooperativa exerce sobre eles, tanto os funcionários de cargos variados quanto os gerentes. Foram, porém, identificados alguns pontos, nos quais, a cooperativa terá que atuar para melhor entendimento e engajamento.

Para tanto, um referencial teórico fora utilizado, abordando os principais assuntos, como por exemplo, cooperativismo, responsabilidade social interna e externa e Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. Desta forma foi possível a elaboração de

um questionário com base nos Indicadores Ethos de Negócios Sustentáveis e Responsáveis, adaptado para realidade da cooperativa, objeto estudado.

De forma particular, conseguiu-se pesquisar e analisar as principais práticas de responsabilidade social utilizadas pela cooperativa com os seus funcionários, utilizando como referencial os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial com o Público Interno.

Os investimentos feitos, na formação profissional dos funcionários mais os benefícios extensivos aos familiares, representam uma postura certa no sentido de motivar o desenvolvimento e o bom desempenho dos profissionais. O retorno desses investimentos são facilmente identificados no comprometimento com as atividades e objetivos da cooperativa, pois, acredita-se que quanto mais confortáveis e seguras as pessoas se sintam em relação a sua qualificação profissional, seu ambiente de trabalho e na vivência familiar, os funcionários tendem a executar suas atividades de melhor forma (PICCININI, et. al., 2003).

Após a realização da investigação, diante da questão: “Práticas de Responsabilidade Social Interna estão presentes e podem ser identificadas em uma cooperativa de crédito?” Pode-se afirmar que existem fortes evidências de que a cooperativa atua de forma responsável em relação a todos os seus funcionários. Busca ainda contribuir para a melhoria da sociedade como um todo, possibilitando minimizar possíveis efeitos negativos que suas atividades possam causar sobre a comunidade, o meio ambiente e a economia. Esses objetivos são alcançados desenvolvendo boas práticas de gestão de pessoas e, muitas delas, em consonância com as práticas de Responsabilidade Social, de acordo com os Indicadores Ethos, estes bastante próximos dos sete princípios cooperativistas.

Conforme Queiroz (2009), a adoção do conceito de responsabilidade social como compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, é expressa por meio de atos e atitudes que afetam positivamente todos os seus *stakeholders*, não só para “fora” da empresa, com a sociedade em geral, mas também para “dentro” da empresa, com seu público interno, com seus trabalhadores.

O emprego de técnicas quantitativas (ANOVA) para tabulação dos dados levantados nos questionários e também análises de resultados comparativas entre as questões colocou em evidência pouca variância entre as questões, considerando-se gênero, idade, instrução e entre gerentes e funcionários, chegando à média de 3,5 do total de 64 questões.

Pretende-se que os resultados obtidos nesta pesquisa, sirvam de reflexão para os indivíduos diretamente interessados, tais como os membros do Departamento de Recursos

Humanos da cooperativa, a fim de que possam aperfeiçoar melhorar práticas realizadas em seu dia-a-dia.

Acredita-se que a pesquisa se auto justifica por se inserir em um contexto atual e em constante evolução, principalmente no que tange às transformações na área responsabilidade social que atualmente está cada vez mais em foco.

A empresa socialmente responsável com seu público interno, de acordo com os indicadores Ethos, deve valorizar a diversidade a partir das seguintes atitudes: possuir normas escritas que proíbem e prevêem medidas disciplinares contra práticas discriminatórias; oferecer treinamento específico sobre o tema, utilizar indicadores para identificar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento, desenvolvendo atividades de promoção de grupos pouco representados na empresa (QUEIROZ, 2009).

Essa pesquisa foi realizada na Matriz de uma cooperativa de crédito situada no interior do estado de São Paulo, que abrange mais de 150 municípios do estado de São Paulo e Sul de Minas Gerais.

Embora o fato de a pesquisa ter sido realizada apenas com a unidade matriz da cooperativa de crédito, esse fato não se configura como uma desvantagem, uma vez que foi opção do pesquisador, ficando as limitações sob controle. Além disso, as conclusões sobre essa realidade previamente delimitada aqui podem servir de exemplo de análise para outras unidades e empresas a serem pesquisadas.

5.1 Contribuições da pesquisa

Como contribuições da pesquisa destaca-se o fato de que o instrumento foi aplicado em um ambiente cooperativo e, a partir daí novas indagações poderão ser levantadas e outros aspectos questionados, dada a relevância o tema Responsabilidade Social extremamente importante e relevante em sua evolução futura.

Assim sendo algumas ideias se mostram interessantes como, por exemplo, aplicar o questionário às filiais da própria instituição investigada. Também se apresenta bem como comparar resultados e mapear o conhecimento existente dos funcionários e cooperados.

Outros focos podem ser priorizados, valendo-se nesse caso de outro instrumento, tais como avaliar as práticas de responsabilidade social com o público externo, levantamento esse que exigiria maior fôlego por parte do pesquisador.

Por fim, pode-se, ainda, verificar a ótica dos cooperados em relação à responsabilidade social externa, com o Público externo, cooperados e demais beneficiários de ações da cooperativa, praticadas por ela.

Com a sistematização das informações pretendeu-se contribuir permitindo que a cooperativa objeto da investigação e as demais cooperativas, inclusive vinculadas a outros ramos, tenham parâmetros comparativos de como a RS é praticada e como o departamento de marketing ou de RH poderá trabalhar o caso dentro da cooperativa. Trata-se de um conhecimento relevante para que se conheça a contribuição efetiva da RS para a competitividade e produtividade da cooperativa.

Espera-se, com este trabalho, fornecer fundamentação a outros trabalhos realizados sobre RS e Cooperativismo, apresentando os principais conceitos, práticas e modelos, abordados na história e no desenvolvimento da RS e do cooperativismo.

Após a exposição das principais teorias sobre RS presentes na literatura e da percepção de RSI pelos 141 funcionários da matriz de uma Cooperativa de Crédito com base nos Indicadores Ethos de Negócios Sustentáveis e Responsáveis a empresa cooperativa terá em mãos argumentos para aperfeiçoar seu relacionamento com seu público Interno.

REFERÊNCIAS

- AKTOUF, O. **A administração entre a tradição e a renovação**. São Paulo: Atlas, 1996.
- ALINERI, V.; SILVA, K. A. S.; FARIA, G. S. S.; Análise da gestão da responsabilidade social interna de uma empresa do terceiro setor. **Revista Nucleus**, Ituverava, v.5, n.2, out. 2008.
- ANJOS JÚNIOR, E. V, SILVA, R. M, A aderência dos modelos e teorias para estudo da responsabilidade social corporativa. In. SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, N. **Anais...** Bauru, 2014.
- ASHLEY. P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BACURAU, L. M. T. O. **Responsabilidade Social em uma empresa prestadora de serviços elétricos**. 2014. 104 p. Dissertação (Mestrado em Administração), Potiguar – UNP – Natal 2014.
- BANCO DO BRASIL S.A. Unidade Estratégica de Negócios Rural e Agroindustrial. **Plano tático: cooperativas agropecuárias e agroindustriais**. Brasília: GCOOP, DICOP, 1998.
- BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES. **Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social**. Relatório Setorial 1. Rio de Janeiro: AS/GESET mar., 2001.
- BARAKAT, S. R., **Alinhamento entre Responsabilidade social corporativa e estratégia: estudo de caso Itaú Unibanco**. 2013. 141 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) FEA-USP, São Paulo, 2013.
- BARROSO, M. F. **Marketing social em cooperativas agrícolas, Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**, v. II. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.
- BERTO, R M. V. S. e NAKANO, D. N. A Produção Científica nos Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção: um levantamento de métodos e tipos de pesquisa. **Produção**, vol.9, nº 2, p.65-76, 2000.
- BIALOSKORSKI NETO, S. **Agribusiness cooperativo: economia, doutrina e estratégias de gestão**. 1994. 135 p. Dissertação (Mestrado em Administração Rural) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 1994.
- BIALOSKORSKI NETO, S. **Cooperativas: Economia, Crescimento e Estrutura de Capital**. 1998. 202 p. Tese (Doutorado em Ciências Econômica Aplicada) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 1998.
- BOWEN, H. R. **Responsabilidades Sociais dos Homens de Negócios**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.
-

CANÇADO, A. C.; RIGO, A. S.; PEREIRA J. R.; GONTIJO M. C. H. Movimento e Princípios Cooperativistas: Evolução e Reflexões para Novos Estudos. In CANÇADO, A. C.; F. G. TENÓRIO ; J. T. SILVA JR (Orgs.). **Gestão Social: aspectos teóricos e aplicações**. Ijuí: UNIJUÍ, 2012.

CANÇADO, A. C.; SOUZA, M.F.A.; PEREIRA, J.R. Os princípios cooperativistas e a identidade do movimento cooperativista em xeque. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**, vol.1, n 2, 2014, p.63-72.

CANÇADO, A. C.; SILVA JÚNIOR, J. T.; RIGO, A. S, Princípio da Preocupação com a Comunidade ou Responsabilidade Social para Cooperativas? Uma abordagem baseada na Teoria da Dádiva. In: **Encontro Latino Americano de Pesquisadores da ACI**. Ribeirão Preto, 2008.

CARDOSO, E.; NICOLETI, G. G. Responsabilidade social do cooperativismo: o caso da Blucredi. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.2, p.01-24, Sem I. 2007.

CARMO, L. O.; Evolução da Responsabilidade Social Empresarial e a Introdução ao Caso Brasileiro. **Revista de Administração Geral**. v.1, n.2, p.118-137. 2015.

CARROLL, A. B. *A history of corporate social responsibility: concepts and practices. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. New York: Oxford University Press, 2008.

CARROLL, A. B. *The Pyramid of corporate Social Responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders*. Business Horizons, New York, 1991.

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. São Paulo: MAKRON Books, 1993.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHAVES, C. J. A.; VIEIRA, F. G. D.; ROCHA, E. E. R. B. Possibilidades e Limites das Ações de Responsabilidade Social em Organizações Cooperativas. In ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. **Anais...** São Paulo, 2009. p. 101-108.

CLIC, **Canal Livre de Informação aos Cooperados**, Bebedouro, n.68, ano XII, 2017. Disponível em: <<https://www.credicitrus.com.br/wp-content/uploads/2017/05/ClicMaio2017menor.pdf>>, Acesso em: 16 jun 2017.

COSTA, D. R. M.; BIALOSKORSKI NETO, S. Metodologia de rating em cooperativas agropecuária: um estudo de caso. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 16, n. 4, p. 612-623, out.-dez. 2009.

COSTA, E. H. **Fundamentos da responsabilidade social empresarial**. Rio de Janeiro: La Salle, 2007.

CRANE, A.; MCWILLIAMS, A.; MATTEN, D.; MOON, J.; SIEGEL, D. *The Corporate Social Responsibility Agenda. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. New York, Oxford University Press, 2008.

CRUZ, F. J. A.; CABRAL, A. C. A.; PESSOA, M. N. M.; SANTOS, S. M.; Relações entre responsabilidade social interna e comprometimento organizacional: um estudo em empresas prestadoras de serviços. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Jul, Ago, Set, Out, Nov, Dez de 2012.

CRUZ, F. J. A.; CABRAL, A. C. A.; Relações entre Responsabilidade Social Interna e Comprometimento Organizacional: um Estudo em Empresas Prestadoras de Serviços. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 35, 2011, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do Valor Adicionado**. 1191. 96 p. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1991.

DE LUCA, M. M. M.; DA CUNHA, J. V. A.; RIBEIRO, M. S.; OLIVEIRA, M. C. **Demonstração do Valor Adicionado do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. 2º Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DORNELAS, M. A., **Responsabilidade social versus filantropia empresarial**: um estudo de casos na cadeia automobilística de Minas Gerais, UFLA, Lavras, 2005.

ETHOS, Instituto Ethos de Responsabilidade Social. **Apresentação das informações gerais sobre responsabilidade social e as ações do instituto**. 2016 Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/>>. Acesso em: 23 jul. 2016.

ETHOS, Instituto Ethos de Responsabilidade Social. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social**, 2014 Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/11/Indicadores-Ethos-NSR-Uso-da-Ferramenta-questionario.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2016.

EXAME, Revista Exame, **150 Melhores Empresas para se Trabalhar**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tags/melhores-empresas-para-trabalhar>>. Acesso em: 10 out. 2016.

FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos, **Sistema de Divulgação de Tarifas de Serviços Financeiros da FEBRABAN**. Disponível em: <<http://www.febraban-star.org.br/CompararTarifaPasso1.asp>> Acesso em: 24 out. 2017.

FRANÇA, M. A. **Gestão da ética empresarial**: análise da gestão da ética e responsabilidade social empresarial perante o público interno de uma empresa multinacional à luz de um marco referencial de ética nos negócios. 2005. 176 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - PUC Minas. Belo Horizonte, 2005.

FURTADO, R. A., **Responsabilidade Social Empresarial com Público Interno: a percepção dos empregados da PROMON – 2006**. 156 p. Dissertação, (Mestrado Profissional em Administração) Pós-graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

FURTADO, R. A.; PENA, R. P. M., Responsabilidade Social Empresarial com o Público Interno: a Percepção dos Empregados da Promon. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30, 2006, Salvador, **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

GALVÃO, A.; TRINDADE, E. **Sistemas de Relações de Trabalho nos países avançados: principais características e mudanças recentes**. Emprego e desenvolvimento tecnológico. Campinas: CESIT, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GRAYSON, D.; HODGES, A. **Compromisso social e gestão empresarial**. São Paulo: Publifolha, 2002.

GUIMARÃES, D. C. A Responsabilidade Social Empresarial e a Precarização da Qualidade de Vida no Trabalho de uma Empresa de Call Center. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 28, 2004. Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD ROM.

HOFSTEDE, G. **Culturas e organizações: compreender a nossa programação mental**. Lisboa: Edições Sílabo, 1997. 307 p.

INSTITUTO LIBERAL, **Autores Liberais, Milton Friedman**. Disponível em: <<https://www.institutoliberal.org.br/biblioteca/galeria-de-autores/milton-friedman/>>. Acesso em 20 dez. 2016.

IRION, J. E. O. **Cooperativismo e economia social**. São Paulo: STS, 1997.

JONES, R.; MURRELL, A. **Signaling positive corporate social performance**. *Business & Society*, [S.L.]: Sage Publications, v. 40, n.1, mar., p. 59-78, 2001.

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D.. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

KIRSCHNER, A. M. A sociologia diante da globalização: possibilidades e perspectivas da sociologia das empresas. **Antropolítica: revista contemporânea de antropologia e ciência política**. Niterói, RJ, n.4, 1.sem., 1998.

LAUSCHNER, R. Autogestão, cooperativismo e capitalismo. **Perspectiva Econômica**. v.12, n.36, abr/jun. 1982.

LAZZARESCHI, N; ALVES, P. R; BONELLI, V.V; Responsabilidade Social Empresarial: Ética nos negócios, In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 40, 2016, Costa do Sauípe, **Anais...** Costa do Sauípe: ANPAD, 2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 2.ed. São Paulo: Atlas S/A, 1999.

MARTINS, R.A. Abordagens Quantitativa e Qualitativa IN MIGUEL, P.A.C. (Coord.) **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão e Operações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MATTONI, L.A.M.; PENA, R.P.M.; QUEIROZ, H.M. Responsabilidade social empresarial e estratégia: estudo de caso sobre a gestão do público interno em empresa signatária do *global compact*. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, ANPAD, 2007.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MELO NETO, F.P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MENEGÁRIO, A. H., **Emprego de indicadores socioeconômicos na avaliação financeira de cooperativas agropecuárias**, 2000, 121 p. Dissertação (Mestrado em Ciência Econômica Aplicada). ESALQ, Piracicaba, 2000.

MIGUEL, P.A.C. **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão e Operações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MINITAB – **Statistical Software**. <<https://www.minitab.com/pt-br/>>. Acesso em: 03 de junho 2017.

MONTGOMERY, D.e. **Design and Analysis of Experiments**. New York: John Wiley and Sons, 1991.

NORILER, I. L. M, MACHADO, D. D. N, Análise dos indicadores de Responsabilidade Social Corporativa: Um Estudo de Caso em uma Cooperativa de Crédito, **V CONVIBRA** – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, dez. 2008. <<http://www.convibra.com.br/2008/default.asp>> Acesso em: 16 mar. 2017.

OCB, Organização das Cooperativas Brasileiras. **Princípios Cooperativistas**, 2016. Disponível em: <<http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/principios.asp>>. Acesso em 14 nov. 2016.

OLIVEIRA, C. M. **Responsabilidade Social Empresarial: percepções e práticas do empresariado salineiro do Rio Grande do Norte**. 2010, 240 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio de Grande do Norte. Natal, 2010.

OLIVEIRA, J. C. M. **Saúde e Segurança no Trabalho: Novos olhares e saberes**. 2013, 96 p. Dissertação (Graduação em Administração). Universidade Federal de São João Del Rei, São João Del Rei, 2003.

ONU Organização das Nações Unidas - **Processo Demográfico da ONU**. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/acao/pessoas-idosas/>> Acesso em: 17 de out. 2016.

PASSOS, E. S.; LEAL, R. S.; CARVALHO, J. J. S.; Práticas de Responsabilidade Social em Empresas Varejistas: a Percepção e Valoração por Parte dos Colaboradores. **Cadernos Gestão Social**, Salvador, v.2, n.1, p.121-134, set.-dez. 2009.

PARSTON, G. **Produzindo resultados sociais, a Organização do Futuro**. São Paulo: Futura, 1997.

PAZ, C. C; FROEMMING, L. S; As Cooperativas Agrícolas e o Dilema da Responsabilidade Social e o Resultado Econômico no Mundo dos Transgênicos, In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30, 2006, Salvador, **Anais...** Salvador, ANPAD, 2006.

PICCININI, V. C., GUIMARÃES, V. N., OLIVEIRA, S. R., KOROSUE, A. Cooperativas de Trabalho: Forma de Autogestão Flexibilização Precarizada? In: ENANPAD - ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27, 2003, Atibaia SP **Anais...**, Rio de Janeiro: ANPAD, jan 2003. CD-ROM.

PINHO, D.B. **Que é cooperativismo**. São Paulo: DESA, 1966.

PINTO, M.M.A. **Cultura organizacional e características da liderança em empresas de Uberlândia e região**. 2005. 241 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005.

PORTAL BRASIL, **Tipos de empresas existentes no Brasil**. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2011/11/diferencas-entre-tipos-de-empresas>> Acesso em 20 de mar. 2017.

PORTAL do Cooperativismo Financeiro. **Os 7 princípios do cooperativismo**. Disponível em <<http://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo/>> Acesso em: 19 de nov. 2016.

QUEIROZ, H. M. G, Gestão da Diversidade: Um estudo em duas Empresas Mineiras, In ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. **Anais...** São Paulo, 2009

RABELO, N. S.; SILVA, C. E.. Modelos de indicadores de responsabilidade socioambiental corporativa. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.2, n.1, p.5-30, 2011.

ROMAN, D. J.; MARCHI, J. J.; ERDMANN, R. H., A abordagem qualitativa na pesquisa em Administração da Produção no Brasil, **REGE**, São Paulo – SP, Brasil, v. 20, n. 1, p. 131-144, jan./mar. 2013.

SANTOS, A.; GOUVEIA, F. C. H.; VIEIRA, P. S. **Contabilidade das sociedades cooperativas: aspectos gerais e prestação de contas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SANTOS, Maria João; SANTOS, Ana M.; PEREIRA, Elisabete N.; ALMEIDA, José L. **Responsabilidade Social nas PME**. Lisboa: RH, 2006.

SCHNEIDER, J. O. A doutrina do cooperativismo: análise do alcance, do sentido e da atualidade dos seus valores, princípios e normas nos tempos atuais. **Revista do Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social - CIAGS & Rede de Pesquisadores em Gestão Social - RGS**, v. 3(2). p. 251-273, jul/dez. 2014.

SCHNEIDER, J. O. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. 2 ed. São Leopoldo: Unisinos, 1999.

SCOTT, W.R. **Organizations**. New Jersey: Prentice Hall, 1998.

SERRA, F. A. R, FERREIRA, M. P, TEIXEIRA, W. A. **A responsabilidade social no Brasil: O caso da cooperativa Cocamar**, Working paper nº 16/2008, Center of Research in International Business & Strategy IPL – Instituto Politécnico de Leiria - Leiria – Portugal, 2008.

SICOOB CREDICITRUS, **Estatuto Social**. Disponível em:
<<http://www.credicitrus.com.br/social/>>. Acesso em 29 ago. 2016.

SOUSA, D. N., AMODEO, N. B. P., MACEDO, A. S., MILAGRES, C. S. F., A Comunicação na Articulação Agroindustrial entre Uma Cooperativa Central, suas Cooperativas Singulares e Cooperados, **RESR**, Piracicaba-SP, Vol. 52, Nº 03, p. 495-514, Jul/Set 2014.

SOUSA, D. N., AMODEO, N. B. P., MACEDO, A. S., MILAGRES, C. S. F., PINHO, J. B., FERREIRA, P. R., Influências da educação cooperativista na gestão de cooperativas agrárias do Estado de Minas Gerais, In. SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, SOBER, 48, 2009, Campo Grande, **Anais...** Campo Grande, 2009.

SOUSA, D. N., AMODEO, N. B. P., MILAGRES, C. S. F., PINHO, J. B., A comunicação como ferramenta da educação cooperativista. **Revista de Extensão e Estudos Rurais**, V. 2, N. 1, P. 57-77, 2013.

SOUSA, M. J., A, **Responsabilidade Social de Empresas Privadas como Novo Elemento da Dinâmica Democrática do Brasil**, 2010, 46 p. TCC (Pós Graduação – Especialista em democracia participativa, república e movimentos sociais) Universidade Federal de Minas Gerais, Brasília, 2010.

STEFANO, S. R.; ALBERTON, A; Competências para Sustentabilidade e Governança nas Cooperativas Agroindustriais: uma proposta de análise, In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 39, 2015, Belo Horizonte, **Anais...** Belo Horizonte, ANPAD, 2015.

TAIAROL, S. M.; RAIMUNDINI, S. L.; BEHR, A. Indicadores sociais internos e a geração de valor adicionado: uma análise da relação do balanço social e da demonstração do valor adicionado em bancos brasileiros. In. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 35, 2011, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2011.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática.** Rio de Janeiro, FGV, 2004.

TINOCO, J. E. P. **Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TUMA, F; **Participação dos trabalhadores nos lucros ou resultados das empresas: incentivo à eficiência ou substituição dos salários?** 1 ed. São Paulo: LTr, 1999.

TURRIONI, J.B.; MELLO, C.H.P. **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção: Estratégias, métodos e técnicas para condução de pesquisas quantitativas e qualitativas.** Itajubá: UNIFEI, 2012.

UNIVERSITY OF VIRGINIA, *Darden School of Business, Edward Freeman*. Disponível em: <<http://www.darden.virginia.edu/faculty-research/directory/r-edward-freeman/>>. Acesso em 20 dez. 2016.

VALE, J. C. F; **A percepção da responsabilidade social interna e sua influência no comprometimento organizacional: estudo de caso em uma empresa de energia eólica.** 2012. 143 p. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Fortaleza, 2012.

VEIGA, S. M.; FONSECA, I. **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação.** Rio de Janeiro: 1 ed. DP&A, 2001.

VIEIRA, S. **Análise de Variância (ANOVA).** São Paulo: Editora Atlas, 204 p. 2006

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Trad. GRASSI, Daniel. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

A3

Afirmações desta cooperativa referentes a Condições de Trabalho e Treinamento.

Nº	AFIRMAÇÕES									N	
		0	1	2	3	4	5	S	R	N Q	
21	Atrai profissionais e é procurada pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
22	Oferece aos empregados treinamentos básicos para a realização de suas operações e exercícios da função para a qual foram designados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
23	Mantém treinamentos regulares visando o aprimoramento dos empregados nas funções atuais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
24	Oferece treinamentos para todos os níveis hierárquicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
25	Contrata aprendizes seguindo a Lei da Aprendizagem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
26	Fornecer treinamentos específicos para estagiários e aprendizes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
27	Estimula realização de cursos externos por meio de concessão de bolsas ou outro incentivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
28	Possui política transparente e consolidada do benefício de bolsa de estudos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
29	Oferece treinamentos aos empregados que estimulam o desenvolvimento pessoal e profissional além das atividades atuais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
30	Estimula os setores a se envolverem com o desenvolvimento profissional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

A4

Afirmações desta cooperativa referentes a Demissões e Aposentadorias

Nº	AFIRMAÇÕES									N	
		0	1	2	3	4	5	S	R	N Q	
31	Segue a legislação em vigor relacionada às demissões e aos processos de aposentadoria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
32	Possui políticas demissionais claras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
33	Dá acesso ao empregado referente ao processo demissional e contribui para o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitada(s).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
34	Oferece programas de capacitação e desenvolvimento aos empregados demitidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
35	Possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
36	Envolve familiares no processo de preparação para a aposentadoria de seus funcionários.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

A5

Afirmações desta cooperativa referentes à Jornada de Trabalho.

Nº	AFIRMAÇÕES								
		0	1	2	3	4	5	S	R
37	Respeita a quantidade de horas da jornada de trabalho dos empregados.								
38	Compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos de forma regular e registrada.								
39	Realiza um planejamento para evitar horas extras frequentes.								
40	Possui políticas estabelecidas e divulgadas para a realização de horas extras ou a aplicação do banco de horas.								
41	Comunica a necessidade de realização de horas extras com antecedência e respeita a disponibilidade do empregado.								

A6

Afirmações desta cooperativa referentes a Ações de Prevenção e de Melhoria das Condições do Trabalhador e Família.

Nº	AFIRMAÇÕES								
		0	1	2	3	4	5	S	R
42	Possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados.								
43	Promove exercícios físicos em horário de trabalho.								
44	Atende às exigências das Normas Regulatórias ou tem um plano de ação para garantir o seu cumprimento, especialmente no que se refere a emergências e riscos de incêndio.								
45	Indica um responsável para gerenciar ou mantém um comitê de prevenção de acidentes atendendo as exigências das normas regulamentadoras.								
46	Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool e drogas.								
47	Mantém programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho - família, incluindo o respeito e limites com relação ao trabalho remoto, como por exemplo, telefonemas e e-mails fora do horário de trabalho.								
48	Realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados.								
49	Desenvolve programas que têm como objetivo melhorias no ambiente de trabalho, que beneficiam os empregados e prestadores de serviços.								

atraem profissionais e são procuradas pelas suas condições de trabalho e desenvolvimento profissional.

**ANEXO A - INDICADORES ETHOS PARA NEGÓCIOS
SUSTENTÁVEIS E RESPONSÁVEIS.**



**INDICADORES
ETHOS**
PARA NEGÓCIOS
SUSTENTÁVEIS
E RESPONSÁVEIS

DIMENSÃO SOCIAL

TEMA: DIREITOS HUMANOS

Subtema: Situações de Risco para os Direitos Humanos

- 20 Monitoramento de Impactos do Negócio nos Direitos Humanos
- 21 Trabalho Infantil na Cadeia de Suprimentos
- 22 Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia de Suprimentos

Subtema: Ações Afirmativas

- 23 Promoção da Diversidade e Equidade

TEMA: PRÁTICAS DE TRABALHO

Subtema: Relações de Trabalho

- 24 Relação com Empregados (Efetivos, Terceirizados, Temporários ou Parciais)
- 25 Relações com Sindicatos

Subtema: Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento

- 26 Remuneração e Benefícios
- 27 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional
- 28 Comportamento frente a Demissões e Empregabilidade

Subtema: Saúde e Segurança no Trabalho e Qualidade de Vida

- 29 Saúde e Segurança dos Empregados
- 30 Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho

TEMA: QUESTÕES RELATIVAS AO CONSUMIDOR

Subtema: Respeito ao Direito do Consumidor

- 31 Relacionamento com o Consumidor
- 32 Impacto decorrente do Uso dos Produtos ou Serviços

Subtema: Consumo Consciente

- 33 Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente

TEMA: ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE E SEU DESENVOLVIMENTO

Subtema: Gestão de Impactos na Comunidade e Desenvolvimento

- 34 Gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade
- 35 Compromisso com o Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais
- 36 Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Monitoramento de Impactos do Negócio nos Direitos Humanos

20 ^B ^E ^A

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa atende a legislação brasileira e respeita as normas internacionais, especialmente em situações em que a legislação ou seu processo de implementação não prevê proteção adequada aos direitos humanos.	20.1.1 A empresa possui canais informais e trata de forma pontual os casos de desrespeito aos direitos humanos, tanto internos como externos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.1.2 A empresa assegura-se de não praticar discriminação contra empregados, clientes, terceiros ou qualquer outra parte interessada com a qual a empresa possui relacionamento, incluindo a comunidade do entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa identifica, previne e aborda impactos negativos reais ou potenciais aos direitos humanos, resultantes de suas atividades ou de atividades das organizações de sua esfera de influência.	20.2.1 A empresa analisa seus impactos potenciais e reais em direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.2 A empresa avalia a vulnerabilidade da comunidade do entorno em direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.3 A empresa possui conhecimento dos potenciais riscos e impactos aos direitos humanos que causa, como por exemplo, impactos na saúde e bem-estar de empregados, terceiros ou comunidade do entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.4 A empresa trata das questões dos direitos humanos sob as dimensões: prevenir, respeitar e remediar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.5 A empresa cobra a cumplicidade direta ou indireta, vantajosa e silenciosa com atos de desrespeito aos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa implementa políticas de direitos humanos para acompanhar e orientar o público interno e demais partes interessadas, além de balizar a estratégia da empresa. Também adota procedimentos formais para atender ou oferecer solução para as queixas e denúncias.	20.3.1 A empresa possui políticas específicas para tratar questões relacionadas aos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.2 A empresa integra formalmente as questões de direitos humanos em sua gestão, designando responsável pelo tema internamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.3 A empresa possui canal de denúncias que oferece sigilo aos empregados e a outras partes interessadas que possam utilizá-lo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.4 A empresa possui procedimentos para tratar rapidamente e adequadamente as queixas e denúncias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.5 A empresa vincula a atuação de sua área jurídica a política de direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.6 A empresa verifica se seus serviços de segurança estão em conformidade com os direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa avalia seu desempenho em direitos humanos a fim de encontrar oportunidades de melhoria para sua gestão. Realiza auditorias nas operações de sua responsabilidade e monitora sua esfera de influência, além de envolver formalmente a sua cadeia de valor no desenvolvimento de boas práticas de direitos humanos.	20.4.1 A empresa realiza visitas e/ou auditorias nas operações de sua responsabilidade, abrangendo a comunidade do entorno na avaliação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.2 A empresa monitora sua esfera de influência e possui diretrizes para lidar com casos de cumplicidade direta, vantajosa ou silenciosa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.3 A empresa envolve a sua cadeia de valor no desenvolvimento e aplicação de boas práticas do respeito aos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.4 A empresa possui ações junto a comunidade do entorno para mitigar os riscos relacionados aos direitos humanos em suas operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.5 A empresa não compra bens ou serviços de empresas que violem os direitos humanos. Caso um fornecedor seja acusado de práticas que violem os direitos humanos, o auxilia em medidas corretivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa envolve partes interessadas em sua avaliação de impacto em direitos humanos, realiza visitas e/ou auditorias durante as operações de sua cadeia de valor, implementa procedimentos no âmbito da comunidade do entorno, com o propósito de remediar eventuais impactos gerados que se relacionam com os direitos humanos, e, além disso, não vende nem bens, nem serviços para empresas que violem os direitos humanos.	20.5.1 A empresa realiza visitas e/ou auditorias nas operações de sua cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.2 A empresa inclui em sua avaliação dos direitos humanos a participação de partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.3 A empresa possui procedimentos junto a comunidade do entorno para remediar os impactos gerados que estão relacionados aos direitos humanos em suas operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.4 A empresa recusa-se a vender bens e serviços para empresas que violem os direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

21

Social > Direitos Humanos > Situações de Risco para os Direitos Humanos

Trabalho Infantil na Cadeia de Suprimentos

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa cumpre rigorosamente a legislação trabalhista brasileira e adiciona cláusulas aos contratos com os fornecedores que exigem que eles também cumpram a legislação.	21.1.1 A empresa cumpre a legislação de trabalho local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.1.2 Em seus contratos a empresa possui cláusulas que exigem o cumprimento da legislação de trabalho local por seus fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
O responsável pela empresa adiciona cláusulas específicas sobre o trabalho infantil aos contratos que firma com os fornecedores, e a empresa, como um todo, se engaja no trabalho de conscientizar seu público interno sobre a razão de ser dessa proibição, participando das campanhas que possuem esse alinhamento.	21.2.1 A empresa busca a conscientização do público interno sobre trabalho infantil e/ou apoia campanhas públicas sobre o assunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.2.2 Em seus contratos com fornecedores a empresa possui cláusulas específicas sobre trabalho infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa adota procedimentos de gestão que monitoram o risco do trabalho infantil em sua operação e na cadeia de suprimentos. Além disso, repudia o trabalho infantil em seus documentos formais e estabelece, em suas políticas de contratação, cláusulas específicas que cobrem esse tipo de prática.	21.3.1 A empresa consulta as listas disponíveis pelo Ministério do Trabalho (como o SITI - Sistema de Informações sobre Focos de Trabalho Infantil no Brasil) ou outras fontes como método decisorio de compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.3.2 Os documentos formais que expressam princípios e valores são disseminados formalmente para o público interno e externo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.3.3 A empresa repudia em seus valores ou código de conduta a exploração do trabalho infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa possui um sistema de gestão estruturado que avalia periodicamente os riscos do emprego, no seu âmbito e na cadeia de suprimentos, do trabalho infantil. Possui também programas que objetivam a conscientização dos fornecedores a respeito dessa proibição e que verificam, ao examinar seus elos mais críticos, se essas normas estão sendo ou não cumpridas por eles.	21.4.1 A empresa possui processos de auditoria interna que abrangem esse assunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.2 A empresa possui uma matriz de risco para monitorar a possibilidade de trabalho infantil em sua operação e cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.3 A empresa realiza ações de conscientização de fornecedores sobre trabalho infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.4 A empresa possui processos estruturados de solução de casos comprovados de trabalho infantil em sua cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.5 A empresa possui um programa de monitoramento e avaliação dos elos mais críticos da cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é reconhecida pelo tratamento que dispensa a questões relacionadas com o trabalho infantil e por participar de fóruns e eventos no âmbito do qual manifesta seu apoio à erradicação desse tipo de trabalho. É reconhecida também pelo seu desempenho interno junto a sua cadeia de valor e por firmar parcerias com associações que lutam por esse mesmo fim.	21.5.1 A empresa desenvolve iniciativas para apoiar sua cadeia de valor na melhoria das condições de trabalho, no sentido de coibir o trabalho infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.5.2 A empresa participa com frequência de fóruns e eventos que abordam aspectos relacionados ao trabalho infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.5.3 A empresa mobiliza a sociedade em prol da erradicação do trabalho infantil, participando e incentivando associações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia de Suprimentos

22

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não	
A empresa cumpre rigorosamente a legislação trabalhista brasileira e adiciona as cláusulas contratuais normas que exigem de seus fornecedores o cumprimento dessa legislação.	22.1.1 A empresa cumpre a legislação de trabalho local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.1.2 Em seus contratos a empresa possui cláusulas que exigem o cumprimento da legislação de trabalho local por seus fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	
O responsável da área que avalia as formas de riscos de incidência do trabalho forçado adiciona cláusulas específicas em seus contratos com fornecedores sobre o trabalho forçado.	22.2.1 A empresa busca a conscientização do público interno sobre trabalho forçado e/ou apoia campanhas públicas sobre o assunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.2.2 Em seus contratos com fornecedores a empresa possui cláusulas específicas sobre trabalho forçado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não	
A empresa adota procedimentos de gestão que monitoram o risco da incidência de trabalho forçado em suas operações e na cadeia de suprimentos. Institui também valores que repudiam o trabalho forçado e políticas de contratação com cláusulas que coíbem a exploração do trabalho forçado.	22.3.1 A empresa possui políticas de contratação de fornecedores que incluem mecanismos de controle sobre o assunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.3.2 A empresa consulta a Lista Suja do Trabalho Escravo do Ministério do Trabalho como método decisório de compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.3.3 A empresa repudia em seus valores ou seu código de conduta o uso de trabalho forçado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não	n/a
A empresa possui um sistema de gestão estruturado que avalia periodicamente os riscos de incidência do trabalho forçado na empresa e na cadeia de suprimentos. Além disso, implementa tanto programas de conscientização dos fornecedores acerca dessa questão como processos de verificação do seu cumprimento na cadeia de suprimentos, analisando continuamente os elos mais críticos dessa cadeia.	22.4.1 A empresa possui processos de auditoria interna que abrangem esse assunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	22.4.2 A empresa possui uma matriz de risco para monitorar a possibilidade de trabalho forçado em sua operação e cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	22.4.3 A empresa realiza ações de conscientização de fornecedores sobre trabalho forçado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.4 A empresa possui processos estruturados de solução de casos comprovados de trabalho forçado em sua cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.5 A empresa possui um programa de monitoramento e avaliação dos elos mais críticos da cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	22.4.6 A empresa realiza auditorias de terceira parte em sua cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não	
A empresa é reconhecida tanto pelo seu desempenho interno como por aquele que realiza junto a sua cadeia de valor com vistas à erradicação do trabalho forçado – e, também, por desenvolver políticas públicas e estabelecer parcerias com associações objetivando essa mesma finalidade. Por fim, a empresa mobiliza a sociedade em prol da erradicação do trabalho forçado.	22.5.1 A empresa envolve-se no desenvolvimento de políticas públicas que visam à erradicação do trabalho forçado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.5.2 A empresa desenvolve iniciativas para apoiar sua cadeia de valor na melhoria das condições de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	22.5.3 A empresa mobiliza a sociedade em prol da erradicação do trabalho forçado, participando e incentivando associações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

23

Social > Direitos Humanos > Ações Afirmativas

Promoção da Diversidade e Equidade

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa segue a legislação nacional que combate a discriminação e se manifesta contrariamente a comportamentos que não promovem a igualdade de oportunidades no ambiente interno e na relação com clientes, fornecedores e comunidade do entorno.	23.1.1 A empresa cumpre a legislação nacional antidiscriminação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.1.2 A empresa cumpre as cotas determinadas por lei para contratação de pessoas com deficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.1.3 A empresa repudia em seus valores ou seu código de conduta qualquer forma de discriminação motivada por etnia, gênero, orientação sexual/identidade de gênero, aparência, religião ou opinião.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.1.4 A empresa respeita costumes religiosos, tradicionais e nacionais dos empregados dos locais onde opera.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.1.5 A empresa possui ações, mesmo que pontuais, de comunicação antidiscriminação com os empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa periodicamente toma iniciativas que visam a promoção da diversidade e eliminam a incidência de qualquer prática discriminatória aplicável tanto a mobilidade interna como a processos de seleção, admissão e promoção.	23.2.1 A empresa promove campanhas de conscientização interna sobre o tema diversidade no local de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.2.2 A empresa mapeou os procedimentos de recrutamento e seleção e eliminou quaisquer ações contrárias a promoção da diversidade, inclusive para egressos do sistema prisional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.2.3 A empresa mapeou os procedimentos de promoção e mobilidade interna e eliminou quaisquer ações contrárias a promoção da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.2.4 A empresa promoveu ou está promovendo adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade, de acordo com a legislação em vigor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.2.5 A empresa possui canais de denúncia anônimos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
Nos processos e ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere questões que visam monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos em desvantagem (mulheres, negros, pessoas com deficiência, egressos do sistema prisional, entre outros). Também possui metas para reduzir a diferença de proporção entre os cargos ocupados por mulheres e por homens em seus quadros de gerência e executivo. A empresa introduz em seus códigos e nos valores que institui o respeito à diversidade e adota políticas e procedimentos alinhados a esse tema. Por meio de seus canais de denúncia, promove uma avaliação interna sobre eventuais necessidades e possíveis situações que põem em risco a promoção da diversidade.	23.3.1 A empresa possui uma política de não discriminação para os processos de recrutamento e seleção, promoção e participação em treinamentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.3.2 A empresa possui procedimentos formais para lidar com situações em que ocorram casos de discriminação. Esses procedimentos preveem penas e punições quando adequado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.3.3 Nos processos e ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere questões para monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos em desvantagem (mulheres, negros, pessoas com deficiência, egressos do sistema prisional, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.3.4 A empresa tem metas para reduzir a diferença de proporção entre cargos ocupados por mulheres e homens em seus quadros de gerência e executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.3.5 A empresa tem metas para reduzir a diferença de proporção entre cargos ocupados por negros e brancos em seus quadros de gerência e executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa realiza monitoramento e avaliações com indicadores relacionados ao tema da diversidade e utiliza seus resultados para identificar e realizar melhorias, como redução do número de denúncias e garantia de oportunidades de desenvolvimento e de remuneração iguais. Além disso, incentiva a cadeia de suprimentos a adotar práticas alinhadas a promoção e ao respeito à diversidade.	23.4.1 A empresa utiliza os resultados das avaliações internas, sobre a promoção da diversidade, para ações de melhoria (estruturais e de gestão).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.2 A empresa garante oportunidades iguais entre todos os empregados da empresa (mulheres, negros, pessoas com deficiência, egressos do sistema prisional, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3 A empresa estende as práticas de promoção da diversidade para seus empregados terceiros e a sua cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.4 A empresa oferece oportunidades de desenvolvimento de liderança para mulheres, negros, pessoas com deficiência, egressos do sistema prisional e outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.5 A empresa possui política de igualdade salarial para mulheres, negros, pessoas com deficiência, egressos do sistema prisional e outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa exerce influência no que concerne à participação nas políticas e nos debates públicos, promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e acerca da paternidade responsável. É reconhecida pelo mercado por suas práticas de apoio à diversidade e à igualdade, além de incentivar sua cadeia de valor a avançar nessa área.	23.5.1 A empresa promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.5.2 A empresa possui um programa de acompanhamento da promoção da diversidade para a sua cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.5.3 A empresa impulsiona o mercado a realizar ações de promoção da diversidade, como por exemplo, contratação de trainees de diferentes faculdades, empregados de segmentos em desvantagem social e outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Relação com Empregados (Efetivos, Terceirizados, Temporários ou Parciais)

24



ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não	n/a
A empresa mantém contratos formais de trabalho que se alinham ao pleno cumprimento da legislação trabalhista e de seus terceiros.	24.1.1 A empresa possui comissões Internas com a participação de empregados, de acordo com a legislação vigente para o tamanho da empresa e ramo de atividade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	24.1.2 A empresa possui um número de empregados terceirizados inferior a 20% do total dos contratados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.1.3 Caso a empresa tenha conhecimento de alguma pendência em relação a legislação trabalhista em sua operação e/ou junto a seus terceiros, toma medidas necessárias para saná-la.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	
A empresa monitora periodicamente o cumprimento dos requisitos estabelecidos para a contratação dos seus terceiros, exigindo que sejam feitos ajustes que garantam o correto cumprimento da legislação. A empresa oferece um canal de denúncias internas e externas.	24.2.1 A empresa oferece um canal de fácil acesso, com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a condições de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.2.2 A empresa exige dos seus terceiros a comprovação da manutenção de contratos de trabalho e condições de trabalho condizentes com a legislação em vigor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.2.3 A empresa acompanha o recolhimento das obrigações trabalhistas feitas pelas empresas contratantes de seus terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não	
Os valores apreçados pela empresa realçam o compromisso que possui com o trabalho decente, para cuja reiteração adota procedimentos formais de avaliação das formas de gestão de seus empregados e de seus terceiros.	24.3.1 A empresa ressalta em seus valores o compromisso com relações de trabalho decentes e justas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.3.2 A empresa tem políticas e procedimentos formalizados que regem seu sistema de gestão das relações de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.3.3 A empresa realiza auditorias internas do sistema de gestão e realiza uma análise crítica para melhorar eventuais falhas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.3.4 A empresa exige documentação comprobatória do cumprimento das leis trabalhistas de sua cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não	
A empresa avalia os resultados de seu sistema de gestão no que concerne as relações de trabalho, buscando oportunidades de melhoria contínua internamente e em sua cadeia de suprimentos.	24.4.1 A empresa desenvolve programas que visam melhorias das condições de trabalho de seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.4.2 A empresa estabelece, em seus contratos de terceirização de mão de obra, que os empregados terceirizados tenham as mesmas condições de saúde, segurança e o acesso a benefícios básicos gozados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, uso de refeitório, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.4.3 A empresa tem um sistema de gestão das relações de trabalho certificado por terceira parte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.4.4 A empresa participa de programas de avaliação ou premiação de suas práticas de relações de trabalho, com intuito de realizar um benchmarking e adaptar-se às melhores práticas do mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não	
A empresa é reconhecida por suas práticas de relacionamento com empregados, razão de ser do alto poder de atração que neles exerce e dos prêmios e selos recebidos que atestam ser ela um dos melhores lugares para trabalhar. Ela também desenvolve iniciativas e implementa programa que permite o repasse de suas práticas para sua cadeia de valor.	24.5.1 A empresa é reconhecida no mercado por sua prática de gestão de empregados, recebendo prêmios ou selos que atestam ser um dos melhores lugares para trabalhar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	24.5.2 A empresa desenvolve iniciativas e possui programa que permite o repasse das suas práticas para sua cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:	
--	--	--

25

Social > Práticas de Trabalho > Relações de Trabalho

Relações com Sindicatos

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa cumpre as convenções coletivas das categorias as quais pertencem seus empregados e permite a filiação e o envolvimento deles com os sindicatos sem exercer qualquer tipo de pressão ou ressaltá-la.	25.1.1 A empresa permite que seus empregados afilem-se a sindicatos sem restrições.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.1.2 A empresa tem aderido as convenções coletivas e desdobra todas as definições nas relações de trabalho com as categorias abrangidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.1.3 A empresa monitora se as obrigações com o sindicato sempre estão em dia são respeitadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa permite a atuação dos sindicatos no local do trabalho e elege uma pessoa como responsável pelo estabelecimento da relação do sindicato com os gestores e pela manutenção de canais de comunicação entre eles.	25.2.1 A empresa permite que sejam realizadas reuniões sindicais no local de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.2.2 A empresa não interfere nas reuniões sindicais realizadas no local de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.2.3 A empresa mantém canais de comunicação com os sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa não somente permite a atuação dos sindicatos no local de trabalho como também fornece informações sobre as condições de trabalho e se reúne periodicamente com seus representantes para ouvir sugestões e negociar reivindicações.	25.3.1 A empresa possui procedimentos que garantem o atendimento às solicitações dos sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.3.2 A empresa responde as solicitações dos sindicatos em tempo hábil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.3.3 A empresa possui acordos coletivos negociados periodicamente com os sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa incorpora as suas decisões estratégicas assuntos relevantes para os sindicatos e os engaja em decisões que tratam da reestruturação, expansão ou redução de suas atividades.	25.4.1 A empresa busca e incorpora assuntos relacionados aos sindicatos ao traçar a sua estratégia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.4.2 A empresa informa os sindicatos com antecedência sobre projetos que atingem a estrutura ou os empregados da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.4.3 A empresa mantém parcerias como cursos de capacitação ou escolarização junto com sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa possui mecanismos que permitem que os assuntos tratados com os sindicatos exerçam influência na tomada de decisão. A empresa também exerce influência em sua cadeia de valor e é reconhecida pelos sindicatos como referência.	25.5.1 A empresa é reconhecida pelo mercado por seu relacionamento com sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.5.2 A empresa influencia sua cadeia de valor no relacionamento com sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.5.3 Antes de iniciar a implantação de um novo projeto, a empresa sempre busca a parceria com o sindicato local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Remuneração e Benefícios

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não	
A empresa remunera seus empregados de acordo com o salário mínimo legal estabelecido para a categoria.	26.1.1 A empresa cumpre com todas as obrigações legais trabalhistas no que se refere ao pagamento de salários e benefícios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.1.2 A empresa respeita e cumpre as convenções coletivas em que seus empregados estão enquadrados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	
A empresa, além da remuneração mínima legal, oferece benefícios securitários (saúde, vida etc.) aos empregados e os estende a seus familiares.	26.2.1 Nos últimos anos, a empresa aumentou o menor salário da empresa em relação ao salário mínimo vigente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.2.2 A empresa oferece seguro de vida, plano de saúde ou outros benefícios securitários aos seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.2.3 A empresa respeita as necessidades pessoais dos empregados no planejamento do trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.2.4 A empresa oferece benefícios que abrangem os familiares, como participação em plano odontológico, bolsas de estudo, opções de lazer etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não	n/a
A empresa possui plano de cargos e salários transparente e procedimentos claros de gestão da carreira dos empregados.	A empresa possui um número de empregados terceirizados inferior a 20% do total dos empregados.			
	26.3.1 A empresa possui política de remuneração.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	26.3.2 A empresa possui procedimentos formais e claros de promoção e aumento salarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	26.3.3 A empresa avalia o desempenho dos empregados de maneira sistemática, pelo menos uma vez ao ano.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	26.3.4 A empresa tem metas para diminuir a variação proporcional entre o maior e o menor salário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26.3.5 O programa de participação nos resultados ou de bonificação, caso os possua, foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não	
A empresa acompanha a satisfação dos empregados no que tange a sua remuneração. Considera, para sua composição, o salário médio do país, custo de vida local, e verifica se os critérios de remuneração atendem as necessidades do empregado e de sua família.	26.4.1 A empresa verifica a satisfação de seus empregados com relação a remuneração e benefícios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.4.2 A empresa considera o custo de vida local para definição da base salarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.4.3 O programa de bonificação da empresa, caso os possua, oferece aos empregados bônus adicionais orientados por elementos de sustentabilidade, como êxitos a médio e longo prazo ou o alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não	
A empresa é considerada polo de atração de talentos, constituindo-se referência para o mercado por suas políticas de remuneração e benefícios, estimulando o avanço do mercado nessa prática. Além disso, a empresa possui instâncias que permitem a participação de empregados de diversas categorias na discussão sobre remuneração e benefícios.	26.5.1 A empresa é reconhecida pelo mercado por suas práticas de remuneração.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.5.2 A empresa estimula o mercado a melhorar a distribuição da riqueza gerada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.5.3 A empresa estimula a sua cadeia de suprimentos a elevar o nível de práticas de remuneração.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	26.5.4 A empresa atrai talentos e é procurada como lugar de trabalho por muitos profissionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:	
--	--	--

27

Social > Práticas de Trabalho > Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento

Compromisso com o Desenvolvimento Profissional

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa oferece aos seus empregados atividades e treinamentos pontuais, relacionados com a operação da empresa.	27.1.1 A empresa oferece aos empregados treinamentos básicos para a realização de suas operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.1.2 A empresa capacita seus empregados para o exercício da função designada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.1.3 A empresa contrata aprendizes seguindo a Lei da Aprendizagem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	n/a
A empresa possui rotina de treinamento/capacitação que visa a melhoria da produtividade e incentiva os empregados a aperfeiçoarem sua capacitação.	27.2.1 A empresa mantém treinamentos regulares visando o aprimoramento dos empregados nas funções atuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.2.2 A empresa fornece incentivos a cursos externos por meio de concessão de bolsas ou de tempo de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.2.3 A empresa oferece programas que contribuem para a erradicação do analfabetismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa adota políticas que orientam o desenvolvimento profissional e oferece bolsas de estudo, promovendo, assim, impacto positivo na vida do trabalhador. Além disso, promove capacitação contínua em todos os níveis.	27.3.1 A empresa possui política transparente e consolidada do benefício de bolsa de estudos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.2 A empresa fornece treinamentos específicos para estagiários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.3 A empresa oferece treinamentos para todos os níveis hierárquicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.4 A empresa possui mapeamento de competências a serem desenvolvidas por seus empregados e oferece treinamentos relacionados a necessidade de desenvolvimento de cada um.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa oferece incentivos aos empregados para que adquiram mais conhecimento, aumentando, assim, seu potencial de empregabilidade e independentemente da aplicação que possa dar a esse conhecimento em sua função atual. Além disso, estimula a cadeia de suprimentos no oferecimento de treinamentos e incentivos.	27.4.1 A empresa oferece treinamentos aos empregados que estimulam o desenvolvimento profissional, além das atividades atuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.2 A empresa oferece treinamentos que visam ao desenvolvimento pessoal do empregado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.3 A empresa oferece os benefícios de capacitação para os empregados terceiros e temporários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.4 A empresa oferece treinamentos para o desenvolvimento de lideranças para a sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.5 A empresa estimula sua cadeia de suprimentos a oferecer treinamentos aos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.6 Ao encerrar o período referente ao programa de estágio ou de aprendizagem, procura empregar os estagiários ou aprendizes na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação para eles no mercado de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é referência no mercado por suas boas práticas de desenvolvimento profissional, além de estimular o engajamento dessas questões na cadeia de suprimentos.	27.5.1 A empresa estimula o setor a se envolver no tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.5.2 A empresa estimula sua cadeia de suprimentos a se envolver no tema e criar programas de desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.5.3 A empresa atrai talentos e os melhores profissionais devido às oportunidades que oferece em termos de desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:	<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:
--	--	--

Comportamento Frente a Demissões e Aposentadoria

28^A

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa segue a legislação brasileira em vigor relacionada as demissões e aos processos de aposentadoria.	28.1.1 A empresa segue a legislação em vigor relacionada as demissões e aos processos de aposentadoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	n/a
A empresa adota, com os empregados, práticas demissionais transparentes e de apoio ao trabalhador prestes a se aposentar.	28.2.1 A empresa busca alternativas as demissões em massa (como diminuição de carga horária, contenção de despesas etc.), nos casos em que isso era uma medida necessária.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.2.2 Caso haja necessidade de demissão em massa, analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes, entre outros) para definir prioridades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.2.3 A empresa possui práticas para lidar com empregados em processo de aposentadoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não	n/a
A empresa implementa também políticas demissionais baseadas em avaliações por competência técnica e comportamental, garantindo a impessoalidade da decisão.	28.3.1 A empresa possui políticas demissionais claras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	28.3.2 A empresa utiliza avaliações baseadas em competências técnicas para tomada de decisão sobre demissões.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	28.3.3 A empresa dá acesso ao empregado a informações que balizaram o processo demissional, como forma de propiciar o desenvolvimento profissional da(s) pessoa(s) demitida(s).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—
	28.3.4 Caso haja necessidade de demissão em massa, realiza previamente um programa de demissão voluntária, oferecendo a manutenção de benefícios por tempo determinado, salário adicional por ano de casa, entre outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.5 A empresa avalia, considerando seu ramo de atuação, a rotatividade de empregados e possui política para melhorar esse indicador.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	—

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa oferece serviços de apoio (recolocação, extensão de benefícios por tempo determinado entre outros) ao trabalhador demitido. A empresa igualmente oferece benefícios além da legislação, para amparar o trabalhador demitido ou aposentado.	28.4.1 A empresa oferece programas de capacitação e desenvolvimento aos empregados demitidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.4.2 A empresa envolve familiares no processo de preparação para a aposentadoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é referência pelas suas práticas de mercado referentes ao tratamento de demissões e aposentadorias e impulsiona o setor a desenvolver boas práticas.	28.5.1 A empresa influencia o mercado no desenvolvimento de boas práticas relacionadas a demissões e processos de aposentadoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.5.2 A empresa busca estabelecer diálogo estruturado com instâncias do governo local, especialistas, ONGs e sindicatos para conhecer, entender, prever e reduzir o impacto de um possível fechamento de unidades de negócios ou plantas ou da eventual necessidade de corte de pessoal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

29

Social > Práticas de Trabalho > Saúde e Segurança no Trabalho e Qualidade de Vida

Saúde e Segurança dos Empregados

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa cumpre rigorosamente suas obrigações legais e possui a documentação comprobatória atualizada.	29.1.1 A empresa mantém todos os documentos legais relativos a Saúde e Segurança do Trabalho (SST) atualizados e completos (como Relatórios de Saúde Ocupacional, Análise de Riscos Ambientais, Relatórios de Incidentes e Acidentes, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.1.2 A empresa atende as exigências das Normas Regulatórias ou tem um plano de ação para garantir o seu cumprimento, especialmente no que se refere a emergências e riscos de incêndio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.1.3 A empresa designou um responsável para gerenciar o assunto, ou – se aplicável – mantém um comitê de prevenção de acidentes dentro das exigências do marco regulatório.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa desenvolve campanhas de conscientização dos empregados e possui o compromisso formal de apresentar os temas saúde e segurança como prioritários.	29.2.1 A empresa possui um compromisso ou uma política de saúde e segurança que integra o tema como prática corporativa e monitora os indicadores e taxas referentes ao tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.2.2 A empresa realiza regularmente treinamentos em saúde e segurança com empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.2.3 A empresa realiza campanhas regulares de sensibilização para o tema e/ou campanhas que visam o bem-estar dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa adota procedimentos formais de certificação e de acompanhamento de indicadores-chave de desempenho (KPIs) e metas, incluindo programa de treinamentos.	29.3.1 A empresa dispõe de um sistema de gestão de SST nos moldes da OHSAS18001, SA8000 ou BS8800 ou baseado em outros modelos, que permitem o monitoramento dos indicadores e implementação de planos de ação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.2 Os indicadores do sistema de gestão de SST fazem parte dos indicadores-chave de desempenho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.3 A empresa tem um sistema de gestão de SST certificado por terceira parte (Ex.: OHSAS18001, SA8000 ou BS8800).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.4 A empresa oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de álcool de drogas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.5 A empresa realiza análises de risco referentes a saúde e segurança para todos os novos processos e projetos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa realiza avaliações dos resultados, identificando melhorias no ambiente de trabalho, como redução de acidente, absenteísmo, aumento da satisfação dos empregados, e também monitora o desempenho em saúde e segurança no trabalho dos terceirizados.	29.4.1 A empresa desenvolve programas que têm como objetivo a redução de riscos e melhorias no ambiente de trabalho que beneficiam os empregados e prestadores de serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.4.2 A empresa monitora o desempenho em saúde e segurança no trabalho dos terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa implementa programa de monitoramento e capacitação da cadeia de valor com indicadores e metas e exerce influência na discussão setorial e/ou na sociedade.	29.5.1 A empresa é reconhecida pelo mercado por suas práticas em saúde e segurança.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.2 A empresa possui um programa de acompanhamento da sua cadeia de valor e desenvolve iniciativas para apoiá-la na melhoria das condições de saúde e segurança.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.3 A empresa organiza campanhas que visam a melhoria da saúde não somente dos empregados e seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo de uma campanha.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.4 A empresa estimula o setor para melhorar o nível de gestão de saúde e segurança e envolve, além de empresas, órgãos governamentais nesse objetivo, quando aplicável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho

30

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa cumpre suas obrigações legais e toma iniciativas com o objetivo de melhorar as condições de trabalho e a qualidade de vida dos empregados.	30.1.1 A empresa respeita as horas da Jornada de trabalho dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.1.2 A empresa compensa as horas extras de todos os empregados, incluindo gerentes e executivos, de forma regular e registrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.1.3 A empresa realiza um planejamento, mesmo que inicial, evitando horas extras frequentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa investe em práticas continuadas de incentivo a qualidade de vida dos empregados e lhes oferece treinamentos profissionais.	30.2.1 A empresa possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.2.2 A empresa promove exercícios físicos em horário de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa desenvolve programas ou campanhas regulares de conscientização sobre a qualidade de vida e realiza pesquisas para medir o nível de satisfação dos trabalhadores.	30.3.1 A empresa possui políticas estabelecidas e divulgadas para a realização de horas extras ou a aplicação do banco de horas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.2 A empresa comunica a necessidade de realização de horas extras com antecedência e respeito a disponibilidade do empregado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.3 A empresa realiza pesquisas visando medir o nível de satisfação dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.4 A empresa possui normas para combater situações de assédio moral ou sexual, as quais são divulgadas e devidamente amparadas por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa desenvolve programas visando melhorias no ambiente de trabalho que beneficiem os empregados e prestadores de serviço; investe em programas de combate ao estresse; oferece orientação alimentar e nutricional. Realiza pesquisas de clima para evoluir no atendimento às necessidades dos empregados e monitora as questões relacionadas a qualidade de vida de sua cadeia de suprimentos. Além disso, estende o programa de qualidade de vida aos familiares dos empregados.	30.4.1 A empresa desenvolve programas que têm como objetivo melhorias no ambiente de trabalho que beneficiam os empregados e prestadores de serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.2 A empresa mantém programas de combate ao estresse, orientação alimentar e nutricional, equilíbrio trabalho - família, incluindo o respeito e limites com relação ao trabalho remoto, como por exemplo, telefonemas e e-mails fora do horário de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.3 A empresa monitora os resultados de qualidade de vida na sua cadeia de suprimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.4 A empresa possui programas e canais para que os temas da qualidade de vida cheguem a família dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é referência nas boas práticas relacionadas a qualidade de vida e a uma jornada de trabalho equilibrada, pois, além de implementar programa de acompanhamento da sua cadeia de suprimento, organiza campanhas que visam a melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e de seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo.	30.5.1 A empresa é reconhecida por suas boas práticas em qualidade de vida e por uma jornada de trabalho equilibrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.2 A empresa possui um programa de acompanhamento da sua cadeia de suprimentos e desenvolve iniciativas para apoiá-la na melhoria das condições de qualidade de vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.3 A empresa organiza campanhas que visam a melhoria da qualidade de vida não somente dos empregados e seus familiares, mas da sociedade em geral, seja como patrocinador, seja como agente ativo de campanhas a respeito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.4 As práticas da empresa servem frequentemente de benchmark para outras empresas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

31

Social > Questões Relativas ao Consumidor > Respeito ao Direito do Consumidor

Relacionamento com o Consumidor

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa mantém aberto canal de relacionamento para solução de demandas; monitora o prazo em que são oferecidas; coloca a disposição dos clientes/ consumidores orientação sobre seus direitos e deveres; mantém serviço de atendimento focado na solução de demandas relacionadas a produto ou serviço.	31.1.1 A empresa possui um canal de relacionamento para resolução de demandas de clientes/ consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.2 A empresa monitora se as respostas às demandas de clientes/ consumidores são dadas em tempo hábil e solucionadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.3 A empresa coloca a disposição de seus clientes/ consumidores orientações sobre os direitos e deveres (Ex.: Código de Defesa do Consumidor).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa mantém ativos canais de comunicação com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e para medir o grau de satisfação do consumidor/ cliente.	31.2.1 A empresa oferece um canal de fácil acesso, com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços e mede a satisfação de seus clientes/ consumidores de forma regular.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.2 A empresa possui um ouvidor do consumidor/ cliente ou função similar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.3 A empresa promove treinamento de seus profissionais de atendimento para garantir um atendimento ágil e uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor/ cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa mantém em atividade processos que monitoram o relacionamento e permitem que sejam utilizadas essas informações para aprimorar a qualidade dos produtos e serviços. Implementa política formal de proteção à privacidade e/ou sistema de segurança da gestão das informações privadas do consumidor.	31.3.1 A empresa dispõe de uma política de atendimento ao consumidor/ cliente que é comunicada de forma proativa a todas as partes interessadas e inclui um indicador de satisfação do cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.2 A empresa tem seu serviço de atendimento a consumidores/clientes acompanhado por indicadores que impactam nos processos de tomada de decisão da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.3 A empresa possui política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de segurança da gestão das informações privadas do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa envolve todas as áreas em busca da melhoria contínua do atendimento e da satisfação dos clientes; mantém, de forma regular, conselhos ou fóruns de clientes; implementa processo que permite minimizar o risco de inclusão em listas e processo de organização de defesa do consumidor, conferindo prioridade ao diálogo e ao engajamento das partes interessadas nesse processo.	31.4.1 A empresa envolve todas as áreas na busca de melhoria contínua do atendimento e satisfação dos seus clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.2 A empresa usa informações e reclamações recebidas para a melhoria de seus produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.3 A empresa mantém conselhos ou fóruns de clientes de forma regular, com o objetivo de discutir os principais desafios no seu atendimento aos clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.4 A empresa possui um processo que permite minimizar o risco de inclusão em listas e processos de organizações de defesa do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é reconhecida por seus clientes e constitui referência no setor no que tange ao relacionamento com clientes, servindo de modelo para o mercado.	31.5.1 A empresa ganhou notoriedade pelo seu atendimento aos clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.5.2 A empresa incentivou o aumento da qualidade de atendimento aos clientes entre seus pares e dentro do contexto regional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever: A empresa não se identifica em nenhum estágio. Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Impacto Decorrente do Uso dos Produtos ou Serviços

32



ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não	
A empresa torna disponíveis para o consumidor informações detalhadas sobre seus produtos, serviços, consumidores e clientes, e assegura conformidade do seu produto e serviço com as normas e legislação pertinente.	32.1.1 A empresa transmite informações vitais de segurança ao consumidor por meio de símbolos, preferencialmente aqueles acordados internacionalmente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	32.1.2 Em situações de falhas ou perigos imprevistos, a empresa retira todos os produtos ou interrompe a prestação do serviço rapidamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não	
A empresa dá preferência a uma abordagem preventiva, elaborando regularmente estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e adotando medidas preventivas e/ou corretivas quando detectados riscos e falhas, de modo a garantir a máxima segurança do consumidor.	32.2.1 A empresa mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços, abrindo canais de comunicação para receber sugestões de melhoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.2.2 A empresa realiza avaliação do risco à saúde humana de produtos e serviços antes da introdução de novos materiais, tecnologias ou métodos de produção e disponibiliza os resultados publicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.2.3 A empresa adota medidas que evitam que os produtos se tornem inseguros após o uso pelos consumidores, garantindo uma forma de descarte segura e sem causar danos ao meio ambiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não	n/a
Com o propósito de reduzir eventuais danos e promover a melhoria da segurança dos produtos e serviços, a empresa mantém fóruns e diálogos com os usuários sobre eventuais mudanças que possam garantir a realização desses objetivos. Com a finalidade de coletar e canalizar informações que contribuam para o envolvimento ativo de seu público interno – fornecedores, distribuidores – e dos consumidores e clientes no aperfeiçoamento contínuo dos produtos e serviços, a empresa promove a substituição dos componentes pela utilização de tecnologias e procedimentos que minimizem ou evitem riscos à saúde e à segurança do consumidor ou cliente.	32.3.1 A empresa mantém fóruns e diálogos com usuários para discutir eventuais melhorias e mudanças que garantam a redução de eventuais danos e melhorem a segurança dos produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.2 Capacita todas as áreas da empresa, os empregados e parceiros para coletar e canalizar informações que levem à melhoria da segurança dos produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.3 A empresa assegura que foram banidos, em todos os produtos que comercializa, químicos que sejam perigosos ou produtos proibidos, mas ainda em uso no Brasil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.4 A empresa garante o design apropriado das informações contidas nos produtos, levando em consideração e respeitando as diferentes necessidades e capacidades dos consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não	
A empresa realiza estudos sobre o ciclo de vida de todos os produtos, mapeando seus potenciais impactos ao longo da cadeia de suprimentos. Usando resultados da análise e os insights obtidos pelo diálogo com todas as partes da cadeia de valor, a empresa conseguiu substituir produtos que causam alto impacto por outros que promovem um impacto menor.	32.4.1 A empresa aplica estudos de ciclo de vida nos seus principais produtos, com o intuito de conhecer e mitigar seus impactos negativos ao longo da cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	32.4.2 A empresa mantém um programa com o objetivo de analisar toda gama de produtos e substituir produtos com alto impacto negativo por produtos sustentáveis ou procurar novas soluções com menor impacto ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	32.4.3 A empresa faz uso de selos sociais e ambientais reconhecidos, oferecendo sempre que possível um produto certificado por terceira parte que atesta a segurança e o baixo impacto do produto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não	
A empresa considera o desenvolvimento sustentável entre as dimensões mandatórias na concepção ou reformulação, fabricação e venda de seus produtos e serviços e trabalha em cooperação com outros atores na implementação de programas que busquem contribuir para que os impactos negativos de seus produtos ou serviços sejam iguais ou próximos a zero.	32.5.1 A empresa desenvolve um programa avançado de reformulação da sua gama de produtos e serviços que visam atingir impacto negativo igual ou próximo a zero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	32.5.2 A empresa propaga uma nova abordagem no desenvolvimento de produtos, usando metodologias como ecodesign, impacto zero, entre outras, como novas metas do seu P&D.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

33

Social > Questões relativas ao consumidor > Consumo Consciente

Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa atua em consonância com a legislação de defesa do consumidor e avança as peças de comunicação do ponto de vista da compreensão, de modo a evitar ambiguidades que contribuam para um entendimento incorreto.	33.1.1 A empresa atende a legislação e fornece aos consumidores dados relevantes (referentes à segurança dos produtos, localização da organização e dados de contato) de forma completa, precisa e compreensível no rótulo dos seus produtos e na divulgação de seus serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.1.2 A empresa atualiza seu material de comunicação sempre que há mudança relevante de dados (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.1.3 A empresa não teve, nos últimos três anos, campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada ou outras partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa adota práticas e/ou diretrizes de comunicação alinhadas a seus valores e princípios que contemplam todos os meios e materiais de que dispõe. Estes, por sua vez, devem fornecer informações confiáveis, consistentes e verdadeiras, comparáveis e verificáveis, sobre fatores ambientais e sociais relacionados à sustentação, produção e entrega dos produtos ou serviços.	33.2.1 A empresa não utiliza propaganda que coloque pessoas em situação preconceituosa ou desrespeitosa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.2.2 A empresa assegura que a comunicação voltada ao público infanto-juvenil seja responsável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.2.3 A empresa fornece aos consumidores informações confiáveis, consistentes, verdadeiras, comparáveis e verificáveis sobre fatores ambientais e sociais relacionados a produção e entrega de seus produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa adota uma política de comunicação que orienta sua implementação de forma ética e responsável. Essa política estabelece procedimentos de comunicação para todas as áreas, com base em levantamentos sobre potenciais impactos de sustentabilidade inerentes a seus produtos e serviços.	33.3.1 A empresa tem uma política formal que assegura a adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados a marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.3.2 A empresa realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com as normas e códigos voluntários assinados e os valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.3.3 A empresa faz uso de sistemas de rotulagem verificados externamente ou outros sistemas de verificação (como selos sociais e ambientais ou atividades de auditoria).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa desenvolve com seus parceiros produtos e soluções que reduzem o impacto ambiental que provocam e facilitam o reuso e a reciclagem. Promove ações educativas para um consumo consciente, mencionando os impactos sociais, ambientais e econômicos envolvidos nas escolhas do consumidor. Oferece ainda serviços de coleta e reciclagem de fácil acesso e divulga abertamente a composição dos preços, impostos, termos e condições dos serviços e produtos, incluindo os custos da entrega.	33.4.1 A empresa desenvolve, junto aos seus parceiros, produtos e soluções que reduzem o impacto ambiental do produto e facilitam o reuso e a reciclagem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.2 A empresa promove ações de educação para o consumo consciente, mencionando impactos sociais, ambientais e econômicos das escolhas do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.3 A empresa promove campanhas regulares de educação financeira voltadas a seu público interno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.4 A empresa oferece serviços de coleta e de reciclagem de fácil acesso para o consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.5 A empresa divulga abertamente o total de preços, impostos, termos e condições dos serviços e produtos (como acessórios necessários para o uso) e os custos de entrega.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa promove, com eficácia, a educação para o consumo consciente, lançando produtos com maior sustentação e alimentando processo de comunicação capaz de gerar mudanças efetivas nas escolhas dos produtos e serviços feitas pelos consumidores.	33.5.1 A empresa desenvolve campanhas para reduzir o uso de produtos e serviços, sugerindo aos consumidores a adoção de um consumo mais consciente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.5.2 A empresa apóia o consumidor com ações educativas que acompanham a venda de produtos sustentáveis e oferece incentivos econômicos aos clientes que usam as facilidades de reciclagem ou reuso do produto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.5.3 A empresa tem como regra substituir produtos sem certificação de sustentabilidade por produtos certificados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Gestão dos Impactos na Comunidade

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa procura contemplar medidas reparadoras nas respostas que fornece às reclamações e manifestações da comunidade onde se encontra inserida e/ou realiza suas operações.	34.1.1 A empresa busca o relacionamento pontual com a comunidade e evita causar transtornos com sua operação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.1.2 A empresa procura responder a todas as reclamações e manifestações da comunidade que são motivadas por seus impactos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa mapeou os impactos gerados na comunidade do entorno resultantes de suas atividades e implantou uma estrutura apta para registrar reclamações e oferecer respostas e informações às lideranças e/ou moradores locais sobre as providências tomadas.	34.2.1 A empresa elabora estudos que mostram com maior abrangência possível quais são seus impactos nas comunidades do entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.2.2 A empresa possui iniciativas que visam eliminar impactos negativos para a população do entorno causados por quaisquer processos de produção, produtos ou serviços fornecidos pela organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa sedimentou política de relacionamento com as comunidades do entorno, obrigando-se a comunicar antecipadamente possível ocorrência de eventos críticos e mudanças na sua estrutura de operação. Para tanto, monitora periodicamente os indicadores de impacto na comunidade e adota medidas para melhoria contínua de seu desempenho, mantendo um ou vários canais de diálogo abertos, por meio dos quais comunica os resultados das consultas às partes afetadas.	34.3.1 Em seu código de conduta e/ou na declaração de valores a empresa considera a comunidade do entorno como uma parte interessada-chave.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.2 A empresa dispõe de uma política formalizada de relacionamento com as comunidades no entorno das suas operações que a obriga a comunicar eventos críticos e mudanças na estrutura de operação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.3 A empresa monitora periodicamente os indicadores de impacto na comunidade e toma medidas para melhoria contínua de seu desempenho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.4 A empresa mantém um ou vários canais de diálogo com a comunidade e comunica os resultados das consultas às partes afetadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.5 A empresa treina seus empregados para respeitar os valores, conhecimentos e práticas tradicionais da comunidade em que atua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa diversifica sua atuação na comunidade pela forma como se engaja nas questões ligadas ao seu desenvolvimento econômico, social e/ou cultural, como, por exemplo, implementando mecanismos que minimizam os impactos no tráfego gerado pelas suas atividades; promovendo melhorias na infraestrutura ou ambiente local; empregando, preferencialmente, a mão de obra local nos postos de trabalho criados; e participando ativamente da discussão sobre os problemas comunitários e suas soluções.	34.4.1 A empresa tem mecanismos que minimizam o impacto do tráfego gerado por todas as suas atividades, tanto no transporte e logística de seus produtos e serviços, como na mobilidade urbana.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.2 A empresa contribui com melhorias na infraestrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade (habitações, estradas, escolas, creches, hospitais etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.3 A empresa tenta empregar o maior número de moradores do local em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação daquela comunidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.4 A empresa participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.5 A empresa é mantenedora ou participa ativamente em uma instituição que busca investir no crescimento e bem-estar da comunidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa disponibiliza para a comunidade externa dados relevantes sobre seu desempenho (econômico, social e ambiental), além de influenciar a sua cadeia de valor no desenvolvimento da gestão participativa.	34.5.1 A empresa engaja as comunidades quanto aos termos e condições de novos empreendimentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.5.2 A empresa mantém um comitê com representantes seus e dos moradores da comunidade onde está inserida que se reúne regularmente e cujas discussões e decisões são encaminhadas à alta administração.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

35

Social > Envolvimento com a comunidade e seu desenvolvimento >
Gestão de Impactos na Comunidade e Desenvolvimento

Compromisso com o Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais

ESTÁGIO 1

A empresa atende a demandas de investimento social, realiza ações sociais de forma pontual e/ou atua em determinadas oportunidades; além disso, aloca incentivos fiscais em projetos sociais ou culturais.

CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL

sim não

- 35.1.1 A empresa realiza ações sociais de forma pontual ou atua em determinadas oportunidades em resposta a solicitações externas.
- 35.1.2 A empresa usa recursos dos incentivos fiscais (para alocar) em projetos sociais ou culturais.

ESTÁGIO 2

A empresa mapeou as necessidades da comunidade do entorno da área onde são executadas as operações; promoveu intervenções a partir dessas demandas e dos interesses dos empregados que atuam como voluntários; fez a divulgação dos projetos e programas estruturados do voluntariado; estimulou e continua estimulando a participação dos empregados, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e divulgando, em seus meios de comunicação, os resultados atingidos.

INICIATIVAS E PRÁTICAS

sim não

- 35.2.1 A empresa definiu uma área ou um responsável para o tratamento do tema.
- 35.2.2 A empresa realiza diagnósticos para identificar possíveis áreas de atuação na comunidade.
- 35.2.3 A empresa divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados.
- 35.2.4 A empresa mantém um plano anual de investimentos sociais, aplicando critérios de seleção e manutenção de projetos que objetivam o benefício público.
- 35.2.5 A empresa divulga seus projetos em seus meios de comunicação, relatando os resultados atingidos.

ESTÁGIO 3

A empresa desenvolve política ou procedimento formal de investimento social privado, definindo áreas de investimento e o fluxo da tomada de decisão; implementa e monitora constantemente intervenções no processo de revisão dos resultados; presta contas à comunidade e aos parceiros dos investimentos feitos por meio de seu relato de sustentabilidade.

POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO

sim não

- 35.3.1 A empresa possui um procedimento formal ou uma política de investimento social privado, definindo áreas de investimento e o fluxo da tomada de decisão.
- 35.3.2 A empresa monitora os impactos de sua atuação em prol do desenvolvimento da comunidade com indicadores e avalia regularmente os resultados do investimento social.
- 35.3.3 A empresa possui um programa de voluntariado estruturado e estimula seus empregados a participar.
- 35.3.4 A empresa presta conta dos seus investimentos na comunidade no seu relato de sustentabilidade.
- 35.3.5 A empresa possui um comitê ou grupo de empregados dedicado a tomada de decisões e monitoramento do investimento social.

ESTÁGIO 4

A empresa alinha as intervenções da comunidade a sua estratégia de negócio; amplia o impacto de sua intervenção social alavancando recursos de outras empresas ou de organizações privadas e/ou com a participação de órgãos públicos. Além disso, contribui com programas e parcerias duradouras que deem suporte aos membros da comunidade – principalmente aos menos favorecidos e mais vulneráveis –, para criação de negócios e cooperativas com vistas à melhoria da produtividade e à promoção do empreendedorismo. A empresa toma também iniciativas e/ou fortalece a capacidade e oportunidade dos fornecedores locais de contribuir com sua cadeia de valor, de modo a ampliar a capacidade de arrecadação dos recursos financeiros e não financeiros e a oportunidade de multiplicação dos resultados positivos.

EFICIÊNCIA

sim não

- 35.4.1 A empresa alinha as intervenções comunitárias com suas estratégias de negócio.
- 35.4.2 A empresa otimiza o impacto da sua intervenção social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou com a participação de órgãos públicos.
- 35.4.3 A empresa contribui com programas e parcerias duradouras que deem suporte aos membros da comunidade, principalmente aos menos favorecidos e vulneráveis, para criação de negócios e cooperativas, com vistas a melhorar a produtividade e promover o empreendedorismo.
- 35.4.4 A empresa promove iniciativas ou fortalece a capacidade e oportunidade dos fornecedores locais para contribuir com cadeias de valor.

ESTÁGIO 5

A empresa se empenha em contribuir para o desenvolvimento das comunidades ou regiões onde atua, implantando programas institucionais voltados para o desenvolvimento de capacidades, geração de renda, educação ou qualificação e que fornecem modelos e ferramentas replicáveis em outros contextos. A empresa engajou-se igualmente com as partes interessadas – mídia ou organismos competentes do governo ou da sociedade civil –, além de se articular com outras empresas em favor da comunidade local.

PROTAGONISMO

sim não

- 35.5.1 Os programas geridos pela empresa são formalizados como programas institucionais, focando no desenvolvimento de capacidades, geração de renda, educação ou qualificação etc. e fornecem modelos e ferramentas replicáveis em outros contextos.
- 35.5.2 A empresa se articula com outras empresas em favor da comunidade local, de modo a contribuir com o desenvolvimento territorial.

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

Social > Envolvimento com a comunidade e seu desenvolvimento >
Gestão de Impactos na Comunidade e Desenvolvimento

Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

36

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa busca negociar com transparência com os fornecedores locais, estabelecendo relações contratuais com base em critérios comerciais e tentando formular definição corporativa para instituir categorias para os fornecedores locais.	36.1.1 Ao negociar com fornecedores locais, a empresa tem como base apenas critérios comerciais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.1.2 A empresa possui uma definição corporativa sobre categorização de fornecedores locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa dá prioridade aos fornecedores locais para fazer suas compras; adota, junto com eles, ações com vistas ao desenvolvimento técnico e gerencial; e respeita as questões ligadas à sazonalidade e à capacidade de produção.	36.2.1 A empresa prioriza a relação de compra com fornecedores locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.2.2 A empresa promove ações conjuntas com os fornecedores visando ao seu desenvolvimento técnico e gerencial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.2.3 A empresa respeita questões relacionadas à sazonalidade e capacidade de produção.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa estimula a formação de redes e cooperativas de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar aos novos padrões de fornecimento, e adota política que favorece aqueles que possuem certificação socioambiental.	36.3.1 A empresa possui uma política de compras estabelecida que favorece os fornecedores locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.3.2 A empresa estimula a formação de redes e cooperativas de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.3.3 A política de compras favorece fornecedores que possuem certificação socioambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa mantém relações duradouras com os fornecedores que promovem e praticam o Comércio Justo ou pertencem à Economia Solidária; mantém relações perenes com seus fornecedores e busca apoiá-los em seu desenvolvimento, motivando-os a replicar boas práticas em sua cadeia.	36.4.1 A empresa apoia fornecedores que praticam e promovem o Comércio Justo ou pertencem à Economia Solidária.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.4.2 A empresa busca manter relações perenes com seus fornecedores e, assim, apoiá-los em seu desenvolvimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.4.3 A empresa motiva seus fornecedores a replicar as boas práticas que praticam em sua cadeia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa é referência no setor por suas práticas de apoio ao desenvolvimento do fornecedor, estimulando-o a se engajar em projetos ambientais, indo além dos limites do negócio.	36.5.1 A empresa é referência no mercado por suas práticas de apoio ao desenvolvimento de fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.2 A empresa influencia o apoio ao desenvolvimento dos subcontratados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.3 A empresa pratica engajamento além dos limites de negócios e atua como voz ativa na transformação das práticas, visando ao desenvolvimento não somente dos fornecedores, mas também da sociedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.4 A empresa estimula seus fornecedores a apoiarem projetos socioambientais locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar: